



TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
NİKSAR UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROGRAMI

PROGRAM KILAVUZU

2025 - 2026

İçindekiler

GENEL BİLGİLER	3
2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ.....	4
ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI	6
ÖĞRETİM ELEMANLARI	7
PROGRAM YETERLİKLERİ	8
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROGRAMI DERSLERİ	9
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 1. Sınıf Dersleri.....	9
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 2. Sınıf Dersleri.....	9
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 3. Sınıf Dersleri.....	10
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 4. Sınıf Dersleri.....	10
DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ	11
DERS PROGRAMLARI	12
Birinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı.....	12
Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı	13
İkinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı	1
İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	2
Üçüncü Sınıf Güz Dönemi Ders Programı	67
Üçüncü Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	68
Dördüncü Sınıf Güz Dönemi	69
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROGRAMI DERS PLANLARI.....	71
1. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI	71
2.SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI	147
2. SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI.....	169
3. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI	190
3.SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI.....	208
4. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI	225
4. SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI.....	238

GENEL BİLGİLER

Program Adı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Programın Kısa Tarihçesi	Gaziosmanpaşa Üniversitesi Rektörlüğünün 22.2.2012 tarihli yazısı Yükseköğretim Yürütme Kurulu'nun 14.3.2012 tarihli toplantısında incelenmiş ve 2547 sayılı Kanun'un 2880 sayılı Kanun'la değişik 7/d-2 maddesi uyarınca Gaziosmanpaşa Üniversitesine Niksar Uygulamalı Bilimler Fakültesinin (NUBF) kurulması uygun görülerek aşağıda belirtilen bölümlerin açılmasına karar verilmiştir.
Programın Amacı	Fakültemiz, küreselleşmenin beraberinde getirdiği rekabetçi uluslararası düzende araştırmacı, yenilikçi, rekabetçi yönü güçlü, hem bilgiye ulaşma hem de eldeki verileri etkin kullanabilme yeterliliğine sahip ulusal ve uluslararası ortamda faaliyet gösterebilecek bilgi, iletişim araçlarını etkili kullanabilme yetisine sahip uzman insan gücünün yetiştirilmesini hedeflenmektedir.
Bölüm Başkanı	Prof. Dr. Murat Seyfi
Bölüm Sekreteri	Levent Keskin
Anabilim Dalı Başkanı	
Mezuniyet Koşulları	- Programda mevcut olan derslerin tümünü başarıyla tamamlamak ve 100 üzerinden en az 60 ağırlıklı not ortalamasına sahip olmak mezuniyet için gerekli yeterlilik koşuludur.
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 Telefon: 0356 252 16 16 Dahili: 4518

2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ

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	8-13 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 2025 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 (2025-2026 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.	

Bir yarıyıl 14 hafta ders, ara sınav ve yarıyıl sonu sınav haftası şeklinde planlanmıştır. Ara sınav haftasında derslere ara verilecektir.

2026 yılı Ramazan ve Kurban bayramları sebebiyle 16-22 Mart ve 25-31 Mayıs haftaları akademik takvim dışında değerlendirilmiş olup eğitim oğretim yapılmayacaktır.

Güz ve Bahar yarıyılı ara sınavları 8. ders haftasından sonra yapılacak şekilde planlanmıştır. Ara sınav haftasında yapılamayan sınavlar (Ara sınav günlerinde açıköğretim sınavı olması, ders sayısı çokluğu nedeni ile ara sınav haftası için belirlenen sürenin yetersiz olması vb. nedenlerle) bir sonraki ders haftasında yapılabilecektir.

Bahar yarıyılı sonu ve bütünleme sınavları 2026 kurban bayramından sonra başlayacak şekilde şekilde planlanmış olup sınav günlerinde hafta sonuna denk gelen tarihlerde açık oğretim, YKS vb. sınav olması durumunda sınavlar bu günler hariç planlanacaktır.

ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI

1. Sınıf

Doç. Dr. Hıdır Polat
hidir.polat@gop.edu.tr
Dahili: 4620



2. Sınıf

Prof. Dr. Murat Seyfi
murat.seyfi@gop.edu.tr
Dahili: 4622



3. Sınıf

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
fatih.ceylan@gop.edu.tr
Dahili: 4521



4. Sınıf

Doç. Dr. Umur Aşkın
umur.askin@gop.edu.tr
Dahili: 4520



ÖĞRETİM ELEMANLARI

Prof. Dr. Murat Seyfi
murat.seyfi@gop.edu.tr
Dahili: 4622



Doç. Dr. Hıdır Polat
hidir.polat@gop.edu.tr
Dahili: 4620



Doç. Dr. Fatih Elibol
fatih.elibol@gop.edu.tr
Dahili: 4621



Doç. Dr. Umur Aşkın
umur.askin@gop.edu.tr
Dahili: 4520



Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
fatih.ceylan@gop.edu.tr
Dahili: 4521



Arş. Gör. Salih Balci
salih.balci@gop.edu.tr
Dahili: 4620



PROGRAM YETERLİKLERİ

PY1	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
PY2	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
PY3	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.
PY4	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
PY5	-Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
PY6	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme,
PY7	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme
PY8	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
PY9	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme,
PY10	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
PY11	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açısından sorumluluk üstlenebilme,
PY12	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme
PY13	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
PY14	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
PY15	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
PY16	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
PY17	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
PY18	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
PY19	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
PY20	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROGRAMI DERSLERİ

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 1. Sınıf Dersleri

1. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
AİİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2		Öğr. Gör. İzzet B. Ateşli
TD101	TÜRK DİLİ I	2		Öğr. Gör. Faruk Toydemir
HİR101	GENEL İŞLETME I	3		Öğr. Gör. Onur Binbaş
HİR103	İLETİŞİM TARİHİ	3		Dr. Öğr. Üye. Fatih Ceylan
HİR105	HALKLA İLİŞKİLER I	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR107	PAZARLAMAYA GİRİŞ	3		Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	2	1	Öğr. Gör. Zuhall Koca
İNG101	İNGİLİZCE I	3		Öğr. Gör. Mete Şen
2. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
AİİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	2		Öğr. Gör. İzzet B. Ateşli
AİİT102	TÜRK DİLİ II	2		Öğr. Gör. Faruk Toydemir
HİR102	GENEL İŞLETME II	3		Öğr. Gör. Onur Binbaş
HİR112	MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
HİR106	HALKLA İLİŞKİLER II	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR108	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
HİR110	İLETİŞİM HUKUKU	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
İNG102	İNGİLİZCE II	3		Öğr. Gör. Mete Şen

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 2. Sınıf Dersleri

3. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR201	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
HİR203	REKLAMCILIK GİRİŞ	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR205	İLETİŞİM KURAMLARI	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR207	MEDYA OKUR YAZARLIĞI	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
3. Yarıyıl (Güz Dönemi) Seçmeli Dersleri				
HİR211	MESLEKİ YABANCI DİL I	3		Öğr. Gör. Mete Şen
HİR213	KURUM KÜLTÜRÜ	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
HİR215	İKNA TEORİLERİ	3		-
HİR217	GRAFİK TASARIM I	3		Öğr. Gör. Zuhall Koca
4. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR202	ÖRGÜTSEL DA VRANIŞ	3		Dr. Öğr. Üyesi Saadet Gündüz
HİR204	EKONOMİ	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
HİR206	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR208	SIYASAL İLETİŞİM	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
4. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Seçmeli Dersleri				
HİR212	MESLEKİ YABANCI DİL II	3		Öğr. Gör. Mete Şen
HİR214	KAMUOYU ARAŞTIRMALARI	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
HİR216	POPÜLER KÜLTÜR	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR218	GRAFİK TASARIM II	3		Öğr. Gör. Zuhall Koca

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 3. Sınıf Dersleri

5. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Kodu	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR301	KURUMSAL İLETİŞİM	3		Dr. Öğr. Gör. Fatih Ceylan
HİR303	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	3		Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz
HİR305	HALKLA İLİŞKİLER ARAŞTIRMALARI	3		Dr. Öğr. Gör. Fatih Ceylan
HİR307	SOSYAL MEDYA	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
5. Yarıyıl (Güz Dönemi) Seçmeli Dersleri				
HİR311	MESLEKİ YABANCI DİL III	3		
HİR313	SPONSORLUK	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR315	STRATEJİK YÖNETİM	3		Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar
HİR317	PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI	3		
6. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR302	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR304	İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR306	İMAJ VE MARKA YÖNETİMİ	3		Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz
HİR308	MESLEKİ SORUMLULUK VE ETİK	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
6. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
HİR310	MESLEKİ YABANCI DİL IV	3		
HİR312	GİRİŞİMCİLİK	3		Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar
HİR314	DIKŞİYON VE ETKİLİ KONUŞMA	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR316	SES VE GÖRÜNTÜ TEKNİKLERİ	3		

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 4. Sınıf Dersleri

7. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
DERS Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR401	KRİZ İLETİŞİMİ	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR403	REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR405	PROJE	4		Prof. Dr. Murat Seyfi
7. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Seçmeli Dersleri				
HİR411	İNSAN HAKLARI VE DEMOKRASİ	3		
HİR413	ÇAĞDAŞ YÖNETİM YAKLAŞIMLARI	3		
HİR415	KARİYER YÖNETİMİ	3		Doç. Dr. Umur Aşkın
HİR417	REKLAM YAZARLIĞI	3		
8. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİR402	İTİBAR YÖNETİMİ	3		Prof. Dr. Murat Seyfi
HİR404	HALKLA İLİŞKİLERDE ÖRNEK OLAYLAR	3		Doç. Dr. Hıdır Polat
HİR410	SAĞLIK İLETİŞİMİ	3		Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz
8. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Seçmeli Dersleri				
HİR412	SOSYAL SERMAYE YÖNETİMİ	3		
HİR416	KAMUOYU VE PROPOGANDA	3		Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
HİR418	LOBİCİLİK	3		

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	P18	P19	P20
AİİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I																				
TD101	TÜRK DİLİ I	X																			
HİR101	GENEL İŞLETME I		X		X					X		X	X								
HİR103	İLETİŞİM TARİHİ	X																			
HİR105	HALKLA İLİŞKİLER I	X	X	X	X																
HİR107	PAZARLAMAYA GİRİŞ		X						X		X	X	X	X	X		X		X		X
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI					X				X							X				X
İNG101	İNGİLİZCE I															X				X	

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	P18	P19	P20
AİİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II																				
TD102	TÜRK DİLİ II		X		X							X									
HİR102	GENEL İŞLETME II		X		X					X		X	X								
HİR104	MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR		X	X				X								X					
HİR106	HALKLA İLİŞKİLER II																				
HİR108	DAVRANIŞ BİLİMLERİ		X	X																	
HİR110	İLETİŞİM HUKUKU							X	X	X	X										
İNG102	İNGİLİZCE															X				X	

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	P18	P19	P20
HİR201	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ																				
HİR203	REKLAMCILIĞA GİRİŞ	X	X	X		X		X		X				X	X						X
HİR205	İLETİŞİM KURAMLARI							X													
HİR207	MEDYA OKUR YAZARLIĞI		X								X	X			X					X	
Seçmeli Dersler																					
HİR211	MESLEKİ YABANCI DİL I							X		X											
HİR213	KURUM KÜLTÜRÜ	X	X	X	X		X	X		X		X	X	X		X		X	X		
HİR215	İKNA TEORİLERİ							X								X		X			
HİR217	GRAFİK TASARIM I	X	X			X				X				X	X		X		X		

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	P18	P19	P20
HİR202	ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ		X	X							X										
HİR204	EKONOMİ	X	X	X			X												X		X
HİR206	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ		X			X	X				X		X	X	X			X			X
HİR208	SİYASAL İLETİŞİM						X									X	X	X			
Seçmeli Dersler																					
HİR212	MESLEKİ YABANCI DİL II							X		X											
HİR214	KAMUOYU ARAŞTIRMALARI							X													
HİR216	POPÜLER KÜLTÜR								X					X	X						
HİR218	GRAFİK TASARIM II	X	X			X			X					X	X		X		X		

5.Yarıyıl Ders Planı																	
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
HİR301	KURUMSAL İLETİŞİM		X								X						
HİR303	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI					X			X	X							X
HİR305	HALKLA İLİŞKİLER ARAŞTIRMALARI														X		X
HİR307	SOSYAL MEDYA					X			X	X							X
Seçmeli Dersler																	
HİR311	MESLEKİ YABANCI DİL III																
HİR313	SPONSORLUK		X								X	X			X		X
HİR315	STRATEJİK YÖNETİM																
HİR317	PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI								X		X						X

6.Yarıyıl Ders Planı																	
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
HİR302	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK														X		X
HİR304	İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI	X							X								X
HİR306	İMAJ VE MARKA YÖNETİMİ										X				X		X
HİR308	MESLEKİ SORUMLULUK VE ETİK	X			X		X										
Seçmeli Dersler																	
HİR310	MESLEKİ YABANCI DİL IV			X													
HİR312	GİRİŞİMCİLİK	X		X		X					X						
HİR314	DİKSİYON VE ETKİLİ KONUŞMA			X							X						
HİR316	SES VE GÖRÜNTÜ TEKNİKLERİ																

7.Yarıyıl Ders Planı																	
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
HİR401	KRİZ İLETİŞİMİ				x		x			x							X
HİR403	REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI							x						x	x	x	x
HİR405	PROJE																
Seçmeli Dersler																	
HİR411	İNSAN HAKLARI VE DEMOKRASİ																
HİR413	ÇAĞDAŞ YÖNETİM YAKLAŞIMLARI																
HİR415	KARİYER YÖNETİMİ			x	x			x	x		x	x	x	x	x	x	
HİR417	REKLAM YAZARLIĞI																

8.Yarıyıl Ders Planı																	
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
HİR402	İTİBAR YÖNETİMİ		X								X	X					
HİR404	REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI																
HİR406	Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar									X		X					X
Seçmeli Dersler																	
HİR410	SAĞLIK İLETİŞİMİ										X	X					
HİR412	SOSYAL SERMAYE YÖNETİMİ																
HİR416	KAMUOYU VE PROPOGANDA													X		X	
HİR418	Bitirme Projesi	X							X								X

DERS PROGRAMLARI
Birinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı
(BİRİNCİ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
13.00	UYUM HAFTASI				
14.00					
15.00					
16.00					

Birinci sınıf, birinci yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Üniversitenin yerleşim planının tanıtımı
- Kütüphane, Yemekhane, Sosyal Tesisler vb. hizmet binalarına ziyaret ve bu hizmetlerden yararlanabilmek için ayrıntılı bilgilendirme
- Öğrenim görülen fakülte binasının tanıtılması
- Öğrenim görülen programın tanıtımı
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme

1. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PROGRAMI					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
08.30	Bağımsız Öğrenme	AlİT 1 Öğr.Gör. İzzet Bahri Ateşli	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Zuhal Koca (Bil. Lab)	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
09.30	İletişim Tarihi Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	AlİT 1 Öğr.Gör. İzzet Bahri Ateşli	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Zuhal Koca (Bil. Lab)	Bağımsız Öğrenme	İngilizce I Öğr. Gör. Mete Şen
10.30	İletişim Tarihi Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Genel İşletme I Öğr. Gör. Onur Binbaş	Bağımsız Öğrenme	İngilizce I Öğr. Gör. Mete Şen
11.30	İletişim Tarihi Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Genel İşletme I Öğr. Gör. Onur Binbaş	Bağımsız Öğrenme	İngilizce I Öğr. Gör. Mete Şen
Öğle Arası					
13.00	Bağımsız Öğrenme	Türk Dili I Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Pazarlamaya Giriş Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler I Prof. Dr. Murat Seyfi
14.00	Bağımsız Öğrenme	Türk Dili I Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Pazarlamaya Giriş Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler I Prof. Dr. Murat Seyfi
15.00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Pazarlamaya Giriş Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler I Prof. Dr. Murat Seyfi
16.00	Genel İşletme I Öğr. Gör. Onur Binbaş	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı

(İKİNCİ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00					
15.00	UYUM HAFTASI				
16.00					
17.00					

Birinci sınıf, ikinci yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü eğitime ilişkin bilgilendirme
- Üniversite bünyesinde hizmet veren Kariyer Uygulama Ve Araştırma Merkezi hakkında bilgilendirme

1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı					
Gün Ders Saati	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08.15	Bağımsız Öğrenme	İngilizce II Öğr. Gör. Mete Şen	Alf II Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
09.15	İletişim Hukuku Doç. Dr. Umur Aşkın	İngilizce II Öğr. Gör. Mete Şen	Alf II Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Halkla İlişkiler II Prof. Dr. Murat Seyfi
10.15	İletişim Hukuku Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Kariyer Planlama Doç. Dr. Umur Aşkın	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Halkla İlişkiler II Prof. Dr. Murat Seyfi
11.15	İletişim Hukuku Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Halkla İlişkiler II Prof. Dr. Murat Seyfi
Öğle Arası					
13.15	Genel İşletme II Öğr. Gör. Onur Binbaş	Türk Dili II Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Medya ve Kültürel Çalışmalar Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
14.15	Genel İşletme II Öğr. Gör. Onur Binbaş	Türk Dili II Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Medya ve Kültürel Çalışmalar Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
15.15	Genel İşletme II Öğr. Gör. Onur Binbaş	Bağımsız Öğrenme	Medya ve Kültürel Çalışmalar Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

İkinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı

(ÜÇÜNCÜ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00					
15.00					
16.00					
17.00					

İkinci sınıf, üçüncü yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

2. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PROGRAMI					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.30	Kurum Kültürü Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Mesleki Yabancı Dil I Öğr. Gör. Mete Şen	İletişim Kuramları Prof. Dr. Murat Seyfi
10.30	Kurum Kültürü Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Grafik Tasarım-I Öğr. Gör. Zuhal Koca (Bil. Lab)	Mesleki Yabancı Dil I Öğr. Gör. Mete Şen	İletişim Kuramları Prof. Dr. Murat Seyfi
11.30	Kurum Kültürü Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Grafik Tasarım-I Öğr. Gör. Zuhal Koca (Bil. Lab)	Mesleki Yabancı Dil I Öğr. Gör. Mete Şen	İletişim Kuramları Prof. Dr. Murat Seyfi
Öğle Arası					
13.00	İnsan Kaynakları Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Medya Okur Yazarlığı Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılığa Giriş Doç. Dr. Hıdır Polat
14.00	İnsan Kaynakları Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Medya Okur Yazarlığı Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılığa Giriş Doç. Dr. Hıdır Polat
15.00	İnsan Kaynakları Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Medya Okur Yazarlığı Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılığa Giriş Doç. Dr. Hıdır Polat
16.00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı
(DÖRDÜNCÜ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.30					
10.30					
11.30					
14.00					
15.00					
16.00					
17.00					

İkinci sınıf, dördüncü yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü eğitime ilişkin bilgilendirme
- Üniversite bünyesinde hizmet veren Kariyer Uygulama Ve Araştırma Merkezi hakkında bilgilendirme

2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.30	Bağımsız Öğrenme	Siyasal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Kamuoyu Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Örgütsel Davranış Dr. Öğr. Üyesi Saadet Gündüz	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
10.30	Bağımsız Öğrenme	Siyasal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Kamuoyu Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Örgütsel Davranış Dr. Öğr. Üyesi Saadet Gündüz	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
11.30	Bağımsız Öğrenme	Siyasal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Kamuoyu Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Örgütsel Davranış Dr. Öğr. Üyesi Saadet Gündüz	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
Öğle Arası					
13.00	Ekonomi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Grafik Tasarım-II Öğr. Gör. Zuhale Koca (Bil. Lab. 2)	Popüler Kültür Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
14.00	Ekonomi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Grafik Tasarım-II Öğr. Gör. Zuhale Koca (Bil. Lab. 2)	Popüler Kültür Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme

15.00	Ekonomi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Grafik Tasarım-II Öğr. Gör. Zuhâl Koca (Bil. Lab. 2)	Popüler Kültür Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
-------	--------------------------------	------------------	--	---	------------------

Üçüncü Sınıf Güz Dönemi Ders Programı

(ÜÇÜNCÜ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00	UYUM HAFTASI				
15.00					
16.00					
17.00					

İkinci sınıf, üçüncü yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

3.SINIF GÜZ DÖNEMİ					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.30	Bağımsız Öğrenme	Kurumsal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Tüketici Davranışları Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Sponsorluk Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
10.30	Bağımsız Öğrenme	Kurumsal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Tüketici Davranışları Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Sponsorluk Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
11.30	Bağımsız Öğrenme	Kurumsal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Tüketici Davranışları Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz	Sponsorluk Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
Öğle Arası					
13.00	Halkla İlişkiler Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Stratejik Yönetim Dr. Öğr. Gör. Hanifi Karaçınar	Bağımsız Öğrenme	Sosyal Medya Doç. Dr. Hıdır Polat	Değerler Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
14.00	Halkla İlişkiler Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Stratejik Yönetim Dr. Öğr. Gör. Hanifi Karaçınar	Bağımsız Öğrenme	Sosyal Medya Doç. Dr. Hıdır Polat	Bağımsız Öğrenme
15.00	Halkla İlişkiler Araştırmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Stratejik Yönetim Dr. Öğr. Gör. Hanifi Karaçınar	Bağımsız Öğrenme	Sosyal Medya Doç. Dr. Hıdır Polat	Bağımsız Öğrenme
16.00	Değerlerimiz Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Değerlerimiz Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

Üçüncü Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı
(DÖRDÜNCÜ YARIYIL)

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00					
15.00					
16.00					
17.00					

UYUM HAFTASI

İkinci sınıf, dördüncü yarıyıl döneminin ilk haftası uyum haftası olarak yürütülmektedir. Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitimine ilişkin bilgilendirme
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü eğitime ilişkin bilgilendirme
- Üniversite bünyesinde hizmet veren Kariyer Uygulama Ve Araştırma Merkezi hakkında bilgilendirme

3. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı

Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.15	Bağımsız Öğrenme	Girişimcilik Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar	İmaj ve Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Diksiyon ve Etkili Konuşma Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
10.15	Bağımsız Öğrenme	Girişimcilik Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar	İmaj ve Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Diksiyon ve Etkili Konuşma Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
11.15	Bağımsız Öğrenme	Girişimcilik Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar	İmaj ve Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Diksiyon ve Etkili Konuşma Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
Öğle Arası					
13.15	Bağımsız Öğrenme	Gönüllülük Çalışmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Mesleki Sorumluluk ve Etik Doç. Dr. Umur Aşkın	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Doç. Dr. Hıdır Polat	İletişim Araştırmaları Doç. Dr. Hıdır Polat
14.15	Bağımsız Öğrenme	Gönüllülük Çalışmaları Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Mesleki Sorumluluk ve Etik Doç. Dr. Umur Aşkın	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Doç. Dr. Hıdır Polat	İletişim Araştırmaları Doç. Dr. Hıdır Polat
15.15	Bağımsız Öğrenme		Mesleki Sorumluluk ve Etik Doç. Dr. Umur Aşkın	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Doç. Dr. Hıdır Polat	İletişim Araştırmaları Doç. Dr. Hıdır Polat

Dördüncü Sınıf Güz Dönemi

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00					
15.00					
16.00					
17.00					

UYUM HAFTASI

Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü eğitime ilişkin bilgilendirme
- Üniversite bünyesinde hizmet veren Kariyer Uygulama Ve Araştırma Merkezi hakkında bilgilendirme

4.SINIF GÜZ DÖNEMİ					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.30	Bağımsız Öğrenme	Kariyer Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Reklam Kampanya Uygulamaları Doç. Dr. Hıdır Polat	Kriz İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
10.30	Bağımsız Öğrenme	Kariyer Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Reklam Kampanya Uygulamaları Doç. Dr. Hıdır Polat	Kriz İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
11.30	Bağımsız Öğrenme	Kariyer Yönetimi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Reklam Kampanya Uygulamaları Doç. Dr. Hıdır Polat	Kriz İletişimi Doç. Dr. Hıdır Polat
Öğle Arası					
13.00	Bağımsız Öğrenme	İnsan Hakları ve Demokrasi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Proje Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
14.00	Bağımsız Öğrenme	İnsan Hakları ve Demokrasi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Proje Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
15.00	Bağımsız Öğrenme	İnsan Hakları ve Demokrasi Doç. Dr. Umur Aşkın	Bağımsız Öğrenme	Proje Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme
16.00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Proje Prof. Dr. Murat Seyfi	Bağımsız Öğrenme

Dördüncü Sınıf Bahar Dönemi

1. Hafta					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
09.15					
10.15					
11.15					
14.00					
15.00					
16.00					
17.00					

Uyum haftası boyunca öğrencilerin uyum süreci, aşağıdaki başlıklar veya belirlenen başka konular çerçevesinde desteklenmelidir;

- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Öğrenci kulüplerine ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü eğitime ilişkin bilgilendirme
- Üniversite bünyesinde hizmet veren Kariyer Uygulama Ve Araştırma Merkezi hakkında bilgilendirme

4. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı					
Gün	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
Ders Saati					
09.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar Doç. Dr. Hıdır Polat	Bağımsız Öğrenme
10.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar Doç. Dr. Hıdır Polat	Bağımsız Öğrenme
11.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bitirme Projesi Doç. Dr. Umur Aşkın	Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar Doç. Dr. Hıdır Polat	Bağımsız Öğrenme
Öğle Arası					
13.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Sağlık İletişimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Kamuoyu ve Propaganda Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	İtibar Yönetimi Prof. Dr. Murat Seyfi
14.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Sağlık İletişimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Kamuoyu ve Propaganda Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	İtibar Yönetimi Prof. Dr. Murat Seyfi
15.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Sağlık İletişimi Dr. Öğr. Üyesi Dursun Yılmaz	Kamuoyu ve Propaganda Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	İtibar Yönetimi Prof. Dr. Murat Seyfi
16.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bitirme Projesi Doç. Dr. Umur Aşkın Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bitirme Projesi Doç. Dr. Hıdır POLAT Prof. Dr. Murat Seyfi	Bitirme Projesi Doç. Dr. Hıdır POLAT Prof. Dr. Murat Seyfi
17.15	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bitirme Projesi Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROGRAMI DERS PLANLARI

1. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI

AIİT101 - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. İzzet Bahri ATEŞLİ
Oda Numarası	Z/31
Ofis Saatleri	UZEM
E-posta	izzetbahri.atesli@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 08.30 – 10.00
Derslik	Uzaktan Eğitim
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	DERSLERİ 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, Milli Dernekler, Kuva-yı Milliye Millî Mücadelenin hazırlık döneminde yapılan çalışmaları millî bilincin uyandırılması, millî birlik ve beraberliğin sağlanması açısından değerlendirir. Kuvâ-yı Milliye 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 esası 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	İlgili Program Yeterliği
1	15-19 Eylül 2025	Oryantasyon Haftası
2	2. Hafta	Dersle İlgili Temel Kavramlar, İnkılâpçılık İlkeleri İnkılâp, İhtilal, Devrim, Evrim/Tekâmül, İslahat/Reform, İsyan, Darbe,
3	3. Hafta	Osmanlı Devletinin Gerilemesinin İç Sebepleri Devlet Yönetiminde, Eğitimde, Ekonomide Ve Genel Ahlakta Meydana Gelen Problemler
4	4. Hafta	Osmanlı Devletinin Gerilemesinin Dış Sebepleri Sömürgecilik, Sanayi Devrimi Ve Emperyalizm, Batılı Devletlerin Osmanlı Devleti Üzerindeki Emelleri, Şark Meselesi, Osmanlı Devletini Paylaşma Projeleri
5	5. Hafta	Çağdaş Dünyanın Temel Kavramları Aydınlanma, Demokrasi, Laiklik, Milliyetçilik, Liberalizm, Sosyalizm
6	6. Hafta	Osmanlı Devletinde Yenileşme Hareketleri Lale Devri, İii. Selim Ve İi. Mahmut Yenilikleri
7	7. Hafta	Osmanlı Devletinde Yenileşme Hareketleri Tanzimat Ve İslahat Dönemi Yenilikleri, Yeni Osmanlılar, Meşrutiyet Hareketleri

8	8.Hafta	Osmanli Devletinin Son Dönemindeki Fikir Akimlari Batıcılık, Osmanlıcılık, İslamcılık, Türkçülük	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Osmanli Devletinin Yikilişi Trablusgarp Ve Balkan Harpleri, I. Dünya Savaşı, Ermeni Meselesi	

10	10. Hafta	Osmanli Devletinin Yikilişi I. Dünya Savaşının Sonu: Mondros Ateşkes Anlaşması, Mondros Sonrası İşgaller, Bölücü Faaliyetler	
11	11. Hafta	Millî Mücadele Kurtuluş Çareleri, Barışçı Ve Mandacı Görüş, Bölgesel Kurtuluş Mücadelesi, Millî Dernekler, Kuva-Yı Milliye	
12	12. Hafta	Millî Mücadele Atatürk'ün Anadolu'ya Çıkışı, Kongreler Yoluyla Örgütlenme Ve Millî Mücadelenin Birleştirilmesi	
13	13. Hafta	Millî Mücadele Mebusan Meclisi, Misak-I Milli Ve İstanbul'un Resmen İşgali	
14	14. Hafta	Millî Mücadele TBMM'nin Açılışı ve Anadolu'nun Yönetimini Ele Alması, TBMM'nin Özellikleri	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	

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 gücü 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 sömürgeciliğe 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.

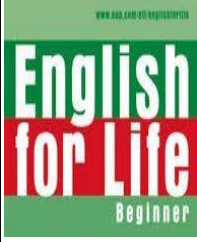
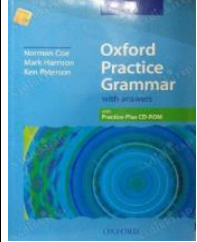
TD101 - Türk Dili I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR
Oda Numarası	205
Ofis Saatleri	UZEM
E-posta	faruk.toydemir@gop.edu.tr.
Ders Zamanı	Salı 13.00 – 14.30
Derslik	Uzaktan Eğitim
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 Yanlışları
	Sözcük düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir
	Sözcük düzeyinde dil yanlışları örneklemeleri yapabilir.
	Cümle düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir
	Cümle düzeyinde dil yanlışları örneklemeleri yapabilir.

Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19 Eylül 2025	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Dersin amacı ve kaynakları. Dil kavramı ve Türkçenin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri	
3	3. Hafta	Yapı ve Köken Bakımından Diller	
4	4. Hafta	Dil-Kültür İlişkisi, Dilin Toplum Hayatındaki Yeri	
5	5. Hafta	Noktalama İşaretleri	
6	6. Hafta	Yazım Kuralları	
7	7. Hafta	Sözcükte ve Cümlede Anlam	
8	8.Hafta	Anlatım Teknikleri	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	10. Hafta	Resmi Yazışmalar	
10	11. Hafta	Resmi Yazışmalar	
11	12. Hafta	Cümlede Yardımcı Ögeler	
12	13. Hafta	Cümlede Temel Ögeler	
13	14. Hafta	Dil Yanlılıkları, Sözcük Düzeyinde Dil Yanlılıkları	
14	15. Hafta	Dil Yanlılıkları, Cümle Düzeyinde Dil Yanlılıkları	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
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) Gıtme 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	Pazartesi - Cuma
E-posta	mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 10.30-12.15
Derslik	2/46
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	15-19 Eylül 2025	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members	PY10
3	3. Hafta	Numbers, Days and Months	PY10
4	4. Hafta	Countries	PY10
5	5. Hafta	Prepositions	PY10
6	6. Hafta	A / An & Plural Nouns	PY10
7	7. Hafta	The Simple Present Tense I (I / you / we / they)	PY10
8	8.Hafta	“Wh-” questions	PY10
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	10. Hafta	Present Simple Tense II	PY10
10	11. Hafta	Daily Activities	PY10
11	12. Hafta	Jobs and related verbs	PY10
12	13. Hafta	Adjectives	PY10
13	14. Hafta	Parts of the body & Have got / Has got	PY10
14	15. Hafta	Activities with -ing & like + Verbing	PY10
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		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 Murphy (Cambridge University Press) -Essential Grammar in Use by Raymond Murphy (Cambridge University Press)	

HİR101 GENEL İŞLETME I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Onur Binbaş
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı – Çarşamba
E-posta	onur.binbas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 10.30 – 12.15
Derslik	2/25
Dersin Amacı	Bu ders ekonomi ve iş idaresi ile ilgili temel kavramlar, etik, sosyal sorumluluk, yönetimin fonksiyonları, pazarlama, insan kaynakları yönetimi, girişimcilik, üretim, motivasyon konularda öğrencileri gerekli bilgi ve becerileri kazandırmayı hedefleyen lisans düzeyinde bir derstir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İşletmenin Temel Kavramları
	İşletmenin tanımını bilir
	Girişimci, yönetici kavramlarını, ve arasındaki farklılıkları bilir
	Yönetim piramidini bilir
	İşletmede ki çalışanları tanır
	İşletmenin Temel Kavramları
	Ürün, mal ve hizmet kavramlarını bilir
	İhtiyaç, istek ve talep kavramlarını bilir
	Üretim faktörlerini bilir
	İşletmenin diğer bilim dalları ile ilişkisi
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile istatistik bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletmelerin Sınıflandırılması
	Farklı açılardan işletme sınıflandırmalarını yapar
	İşletmenin Amaçları
	Varlığını devam ettirme amacını bilir
	Büyüme amacının neyi ifade ettiğini bilir
	Karlılık amacının neyi ifade ettiğini bilir
	İşletmenin sosyal amaçlarını bilir
	İşletmenin Çevresi
	Genel çevreyi bilir
	Sektörel çevreyi bilir
	İşletme iç çevresini bilir
	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik
	Etğin tanımını ve işletme için önemini bilir
	Sosyal sorumluluk kavramının tanımını ve işletme için önemini bilir
	İşletmelerin Kuruluşu
	İşletmenin Temel Kavramları
	İşletmenin tanımını bilir
	Girişimci, yönetici kavramlarını, ve arasındaki farklılıkları bilir
	Yönetim piramidini bilir
	İşletmede ki çalışanları tanır
	İşletmenin Temel Kavramları
	Ürün, mal ve hizmet kavramlarını bilir
	İhtiyaç, istek ve talep kavramlarını bilir
	Üretim faktörlerini bilir
	İşletmenin diğer bilim dalları ile ilişkisi
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile istatistik bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletmelerin Sınıflandırılması
	İşletmelerin kuruluş sürecini bilir

		İşletmelerde Büyüme	
		İşletmelerin Büyüme Nedenlerini bilir	
		Büyümenin işletmelere getirdiği yarar ve sakıncaları bilir	
		İşletmelerde Büyüme Türleri	
		İç ve Dış Büyümeyi bilir	
		İşletmelerde Birleşme	
		Hukuki ve Ekonomik yönden birleşme türlerini bilir.	
		İşletme Fonksiyonlarına Giriş	
		Yönetim, üretim, ARGE ve pazarlama fonksiyonlarını tanır	
		İşletme fonksiyonlarına giriş	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19 Eylül 2025	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	İşletmenin Temel Kavramları	
3	3. Hafta	İşletmenin Temel Kavramları	
4	4. Hafta	İşletmenin Diğer Bilim Dalları İle İlişkisi	
5	5. Hafta	İşletmelerin Sınıflandırılması	
6	6. Hafta	İşletmenin Amaçları	
7	7. Hafta	İşletmenin Çevresi	
8	8.Hafta	İşletmenin Temel Kavramları	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	10. Hafta	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Ve Etik	
10	11. Hafta	İşletmelerin Kuruluşu	
11	12. Hafta	İşletmelerde Büyüme	
12	13. Hafta	İşletmelerde Büyüme Türleri	
13	14. Hafta	İşletmelerde Birleşme	
14	15. Hafta	İşletme Fonksiyonlarına Giriş	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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.	
Örnek Sorular		1. Sahipliğin, temel politik karar organlarının ve önemli yönetim kademelerinin belirli bir grubun mensuplarından oluşur. " Bilgi aşağıdaki şıklardan hangisinde doğru olarak verilmiştir. A. Ailesel yönetim B. Siyasal Yönetim C. Profesyonel Yönetim D. İdari Yönetim E. Yetki devri	
Cevap Anahtarı		Siyasal Yönetim	
Kaynak Kitap		Genel İşletme, Ed. Prof. Dr. Zafer Aykul, Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Hepkul, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Yayınları (2012)	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Genel İşletme, Ed. Prof. Dr. Zafer Aykul, Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Hepkul, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Yayınları (2012)	

HİR103 İLETİŞİM TARİHİ

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı - Çarşamba
E-posta	fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 09.30 – 12.15
Derslik	2/46
Dersin Amacı	Tarih kavramı ile ilgili eleştirel bir perspektif kazandırmak; bilgi, haberleşme, sözlü ve yazılı kültür, kitle iletişim araçları, medya gibi kavramları, bunlarla ilişkili olay ve olguları toplumsal ve tarihsel bağlamları etrafında değerlendirmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Tarih nedir?
	Tarihsel süreçleri analiz edebilme
	Tarih ve tarihyazımı kavramlarını tanımlar.
	Tarihöncesi ve ilksel iletişim biçimleri
	Paleolitik çağın özelliklerini söyleyebilme
	İlk çağ iletişim becerilerini örneklendirebilme
	İletişim kavramının genişliğini ayırt eder.
	Uzaylılar ile iletişim
	Sembollerle iletişim kurma becerisi kazanır.
	Ütopik iletişim örnekleri yazar.
	İletişim kavramını insanlık tarihinin başlangıcından itibaren dönemleştirir.
	Sözlü/ yazılı kültür
	Sözlü kültür kavramını açıklar.
	Sözlü ve yazılı kültür arasında karşılaştırma yapar.
	İlk haberleşme sistemleri, ilk gazeteler (Çin, İran, Roma, Osmanlı)
	Yazının icadının toplumsal etkilerini örnekler ile açıklar
	Matbaanın icadının toplumsal etkilerini örnekler ile açıklar
	Dijital Çağ da iletişim
	Telefonun icadını toplumsal etkileri örnekler ile açıklar
	İnternetin icadının toplumsal etkileri örnekler ile açıklar
	Aydınlanma ve Endüstri Devrimi: Modern toplumun yükselişi. Evrenselleşme ağları: demiryolu, telgraf ve diğerleri
	Modern toplumu tanımlar.
	İletişim tarihinin genel ve bütünlüklü bir yapı içinde anlam kazandığını ayırt eder.
	Çağdaş gazeteciliğin kökenleri ve reklam sektörünün gelişimi
	Çağdaş gazeteceiliğin fonksiyonlarını tanımlar
	Tarihsel süreçte reklamcılık ile toplumsal gelişimi karşılaştırmalı olarak analiz eder
	Elektronik yayıncılık: Televizyon (kamu hizmeti yayıncılığı) Teknolojik determinizmin eleştirisi
	Teknolojik determinizm kavramını açıklar
	Elektronik yayıncılık ve etki alanları hakkında mantıksal çerçeve kurar
	Sinema ve müzik: endüstri, teknoloji ve kültürel biçim
	Endüstri, teknoloji ve kültür arasındaki ilişkiyi örnekler ile açıklayabilir
	Neoliberalizm ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi: Yakınsama
	Neoliberalizm ve etkilerini örnekler ile açıklar
	Transmedya hikaye anlatıcılığının fonksiyonlarını yakınsama kültürü perspektifinde açıklar
	Sosyal devlet ve modern devletin meşruluk temelleri,
	Yerel, ulusal ve ulusötesi düzeyde siyasi, ekonomik, kültürel, toplumsal ve hukuki işleyişe dair disiplinlerarası bir bilgi ve yaklaşıma sahip olur
	Değerlendirme ve film gösterimi
	Halkla ilişkilerin ve reklamcılığın tarih ve bağlam bilgisini değerlendirir ve bu alanlardaki gelişmeleri takip eder.

Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Tarih nedir?	PY1
3	3. Hafta	Tarihöncesi ve ilksel iletişim biçimleri	PY1
4	4. Hafta	Uzaylılar ile iletişim	PY1
5	5. Hafta	Sözlü/ yazılı kültür	PY1
6	6. Hafta	İlk haberleşme sistemleri, ilk gazeteler (Çin, İran, Roma, Osmanlı	PY1
7	7. Hafta	Dijital Çağ da iletişim	PY1
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Aydınlanma ve Endüstri Devrimi: Modern toplumun yükselişi. Evrenselleşme ağları: demiryolu, telgraf ve diğerleri	PY1
10	10. Hafta	Çağdaş gazeteciliğin kökenleri ve reklam sektörünün gelişimi	PY1
11	11 Hafta	Elektronik yayıncılık: Televizyon (kamu hizmeti yayıncılığı) Teknolojik determinizmin eleştirisi	PY1
12	12. Hafta	Neoliberalizm ve Yakınsama yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi	PY1
13	13. Hafta	Sosyal devlet ve modern devletin meşruluk temelleri	PY1
14	14. Hafta	Değerlendirme ve film gösterimi	PY1
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
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		Soru 1: Dilin ortaya çıkışı hangi yıllara rastlar? A MÖ 35.000 B 430 C 1453 D 1789 E 2000	
Cevap Anahtarı		1)a	
Kaynak Kitap		İletişim Tarihi Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum, Marshall T. Poe	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Mora, N. (2011). Medya çalışmaları medya pedagojisi ve küresel iletişim. Nobel Yayın. Baldini, M., & Batuş, G. (2000). İletişim tarihi. Avcıol Basım Yayın. İletişim Tarihi, Paul Heyer	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Mora, N. (2011). Medya çalışmaları medya pedagojisi ve küresel iletişim. Nobel Yayın. Baldini, M., & Batuş, G. (2000). İletişim tarihi. Avcıol Basım Yayın. İletişim Tarihi, Paul Heyer	

HİR105 HALKLA İLİŞKİLER I

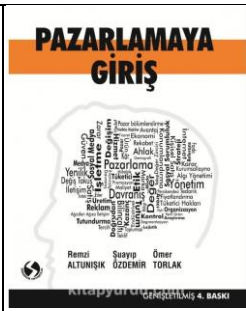
Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/20		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Cuma 13.00 – 16.00		
Derslik	2/46		
Dersin Amacı	Halkla İlişkiler ile ilgili temel kavramları öğrenmek ve stratejik iletişim yönetimi uygulamaları için alt yapı oluşturmaktır		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla İlişkiler Kavramı ve Gelişimi		
	Halkla ilişkiler tanımlarını açıklayabilmek.		
	Halkla İlişkilerin tarihsel gelişimini açıklayabilmek		
	Halkla ilişkiler ile ilgili disiplinleri tanımlayabilmek		
	Halkla ilişkiler uzmanının görevlerini açıklayabilmek		
	Halkla İlişkiler Teorileri		
	Davranış ve biliş teorilerini eleştirebilmek		
	Halkla ilişkiler teorilerini açıklayabilmek		
	Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli		
	Basın Ajansı Modelini açıklayabilme		
	Kamuoyu Bilgilendirme modelini açıklayabilme		
	Ivy Lee uygulamalarını eleştirel değerlendirme		
	Edward Bernays uygulamalarını kullanabilme		
	Halkla İlişkilerde Kampanya-1		
	Hedef kitle tanımlayabilme		
	Hedef kitle analizi yapabilme		
	Hedef kitle hakkında örnek verebilme		
	Halkla ilişkilerde kampanya-2		
	Kampanya süreçlerini tanımlayabilmek		
	Araştırma konusunda örnekler verebilme		
	Planlama yapabilme		
	Finansal Halkla İlişkiler		
	Finansal ilişkiler hakkında örnekler verebilme		
	Finansal ilişkilerde iletişim stratejileri planlayabilmek		
	Kurumsal reklamcılık-1		
	Kurumsal Reklamcılığın tanımını yapabilmek		
	Kurumsal reklamlar ile ilgili örnekler verebilme		
	Kurumsal reklamcılık-2		
	Kurumsal reklamcılık stratejilerini eleştirebilmek		
	Kurumsal reklamları değerlendirebilmek		
	Sorun Yönetimi-1		
	Sorun yönetimi süreci modelini oluşturabilmek		
	Sorun Yönetimi-2		
	Sorun yönetimi ile kurumsal analiz yapabilmek		
	Kriz Yönetimi-1		
	Krizleri çeşitlerine göre tanımlayabilme		
	Kriz Yönetimi-2		
	Krizi meydana getiren etmenler hakkında analiz yapabilmek		
	Potansiyel krizleri saptayabilme		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Halkla İlişkiler Kavramı ve Gelişimi	PY1-PY2
3	3. Hafta	Halkla İlişkiler Teorileri	PY3

4	4. Hafta	Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli	PY1
5	5. Hafta	Halkla İlişkilerde Kampanya-1	PY4
6	6. Hafta	Halkla İlişkilerde Kampanya-2	PY4
7	7. Hafta	Finansal Halkla İlişkiler	PY2
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kurumsal reklamcılık-1	PY2
10	10. Hafta	Kurumsal reklamcılık-2	PY1-PY2-PY3-PY4
11	11 Hafta	Sorun Yönetimi-1	PY1-PY2-PY3-PY4
12	12. Hafta	Sorun Yönetimi-2	PY1-PY2-PY3-PY4
13	13. Hafta	Kriz Yönetimi	PY1-PY2-PY3-
14	14. Hafta	Kriz Yönetimi	PY1-PY2-PY3
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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	Soru1:Halkla İlişkilerde “Tanıtım” modelinin temsilcisi kimdir? a)Bernays b)Ivy Lee c)Barnum d)Freud e)Hepsi Soru2:Aşağıdakilerden hangisi KSS'nin ortaya çıkmasına sebep olan etkenlerden değildir? a)iktisadi etkenler b)Politik etkenler c)Toplumsal etkenler d)Fedaratif etkenler Soru3:Kuruluşun tek bir ürününden ziyade kurumun imajına fayda sağlamaya yönelik yapılan medya çalışması nedir? a)Sponsorluk b)Pazarlama c)Satış tutundurma d)Kurumsal Reklamcılık e)İtibar Yönetimi Soru4:Aşağıdakilerden hangisi yeni medya da kullanılan bir iletişim aracıdır? a)Telefon b)Gazete c)Facebook d)Daktilo e)Telgraf	
	Cevap Anahtarı	Cevap1:c Cevap2:d Cevap3:d Cevap4:c	
	Kaynak Kitap	Halkla İlişkiler Nedir? Prof. Dr. Filiz Balta PELTEKOĞLU Halkla İlişkiler Kavram ve Stratejileri Prof. Dr. Ayla OKAY	
	Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		

HİR107 PAZARLAMAYA GİRİŞ

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Dr. Dursun Yılmaz
Oda Numarası	2/19
Ofis Saatleri	Çarşamba
E-posta	dursun.yilmaz@gop.edu.tr
Ders Zamanı	13.00 – 15.50
Derslik	2/46
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
	Pazar ve Pazarlama Çevresi
	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
	Tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri bilir
	Y ve Z kuşak müşterileri tanımlar
	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Belirleme
	Pazar bölümlendirme kriterlerini tanımlar
	Hedef Pazar seçimi stratejileri hakkında bilgi sahibidir
	Ürün ve Ürün Stratejileri
	Ürünleri sınıflandırabilir
	Ürün hayat eğrisini açıklayabilir
	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri
	Fiyatlandırmanın amaçlarını ve işletme için önemini değerlendirir
	Fiyatlandırma kararlarını etkileyen faktörleri açıklayabilir
	Temel fiyatlandırma yaklaşımlarını kavrar
	Tutundurma ve Tutundurma Stratejileri
	Tutundurma karmasını bilir
	Dağıtım Kanalları ve Stratejileri
	Dağıtım kanalı üyelerini bilir
	Dağıtım politikaları hakkında fikir yürütebilir
	Dağıtım kanalı ilişkilerini değerlendirebilir
	Pazarlamada Kontrol, Sosyal Sorumluluk ve Ahlak
	Pazarlamada - sosyal sorumluluk ilişkisini kavrar
	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	
		Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibidir	
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Pazarlamada Temel Kavramlar	PY2
3	3. Hafta	Pazar ve Pazarlama Çevresi	PY2
4	4. Hafta	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları	PY2, PY8
5	5. Hafta	Tüketici Davranışları	PY2, PY18
6	6. Hafta	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Belirleme	PY2
7	7. Hafta	Ürün ve Ürün Stratejileri	PY2
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri	PY2
10	10. Hafta	Tutundurma ve Tutundurma Stratejileri	PY2, PY10, PY14, PY13, PY16, PY20
11	11 Hafta	Dağıtım Kanalları ve Stratejileri	PY2
12	12. Hafta	Pazarlamada Kontrol, Sosyal Sorumluluk ve Ahlak	PY11, PY12
13	13. Hafta	Hizmetler ve Hizmet Pazarlaması	PY2
14	14. Hafta	Uluslararası Pazarlama	PY2
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		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	

ENF100 BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Zuhal Koca
Oda Numarası	2/14
Ofis Saatleri	Çarşamba
E-posta	zuhal.koca@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 8.30 – 10.00
Derslik	Laboratuvar II
Dersin Amacı	Bu ders ile öğrencinin, bilgisayar ile ilgili temel kavramları bilmesi, bilişim teknolojilerinin her dalında ihtiyaç duyulan ofis programlarının kullanımı ile ilgili yeterliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Bilgisayara Giriş
	Bilgisayarın tanımını bilir.
	Bilgisayarın çalışma yapısını anlar.
	Bilgisayarın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Bilgisayarın donanım birimlerini açıklar.
	Yazılım kavramını ve yazılım türlerini bilir.
	Kelime İşlemci
	Kelime İşlemci programını tanır
	Kelime İşlemci programının kullanım amaçlarını bilir.
	Kelime İşlemci Programının kullanımını bilir.
	Kelime İşlemci Programında metin ve paragraf biçimlendirmesini bilir.
	Kelime İşlemci Programında üstbilgi, alt bilgi, kapak sayfası ekleyip düzenleyebilir.
	Kelime İşlemci Programında tablo işlemleri gerçekleştirebilir.
	Kelime İşlemci Programında resim işlemleri gerçekleştirebilir.
	Kelime İşlemci Programında şekil, grafik, simge, denklem işlemleri gerçekleştirebilir.
	Kelime İşlemci Programında wordart ve smartart işlemleri gerçekleştirebilir.
	Kelime İşlemci Programında içindekiler tablosu ekleyebilir.
	Kelime İşlemci Programında resim yazısı ekleyebilir ve düzenleyebilir.
	Kelime İşlemci Programında şekiller tablosu ekleyebilir.
	Elektronik Tablo
	Elektronik Tablo programını tanır
	Elektronik Tablo programının kullanım amaçlarını bilir.
	Elektronik Tablo Programının kullanımını bilir.
	Elektronik Tablo Programında veri girişi, biçimlendirmesi ve satır sütun işlemleri yapabilir.
	Elektronik Tablo Programının koşullu biçimlendirme uygulayabilir.
	Elektronik Tablo Programının grafikler hazırlayabilir.
	Elektronik Tablo Programının formül ve fonksiyonlar kullanabilir.
	Elektronik Tablo Programının matematiksel fonksiyonların kullanımını bilir.
	Elektronik Tablo Programının mantıksal fonksiyonların kullanımını bilir.
	Sunum Hazırlama
	Sunum Hazırlama Programını tanır
	Sunum Hazırlama Programının kullanım amacını bilir.
	Sunum Hazırlama Programında slayt işlemleri yapabilir.
	Sunum Hazırlama Programını Slaytlara nesneler(resim, tablo, şekil, grafik...) ekleyebilir.

		Sunum Hazırlama Programında temalarla çalışabilir.	
		Sunum Hazırlama Programında slaytlara geçiş efekti uygulayabilir.	
		Sunum Hazırlama Programında nesnelere animasyon ekleyebilir.	
		Etkili sunular hazırlayabilir.	
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Bilgisayara Giriş	PY5,PY10,PY16,PY20
3	3. Hafta	Kelime İşlemci	PY5,PY10,PY16,PY20
4	4. Hafta	Kelime İşlemci	PY5,PY10,PY16,PY20
5	5. Hafta	Kelime İşlemci	PY5,PY10,PY16,PY20
6	6. Hafta	Kelime İşlemci	PY5,PY10,PY16,PY20
7	7. Hafta	Kelime İşlemci	PY5,PY10,PY16,PY20
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Elektronik Tablo	PY5,PY10,PY16,PY20
10	10. Hafta	Elektronik Tablo	PY5,PY10,PY16,PY20
11	11 Hafta	Elektronik Tablo	PY5,PY10,PY16,PY20
12	12. Hafta	Elektronik Tablo	PY5,PY10,PY16,PY20
13	13. Hafta	Sunum Hazırlama	PY5,PY10,PY16,PY20
14	14. Hafta	Sunum Hazırlama	PY5,PY10,PY16,PY20
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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) Bilgisayarın tarihi gelişimiyle ilgili aşağıda verilen bilgilerden hangisi <u>yanlıştır</u>? a. Bilgisayarın tarihsel gelişimi 5 kuşakta incelenmiştir. b. Her yeni kuşakta bilgisayarın boyutları küçülmüştür. c. Her yeni kuşakta performans artışı ve çevre donanımları gelişmiştir. d. Her yeni kuşakta işlem hızı yavaşlamıştır. 2) Powerpoint programını kullanım amacı aşağıdakilerden hangisidir? Resim yapmak Hesaplama yaptırmak ve tablo oluşturmak Bir konuyu anlatmak için sunum hazırlamak Bilgisayarda yazı yazmak ve düzenlemeler yapmak	
Cevap Anahtarı		1 – D, 2 – C	
Kaynak Kitap		Kitap Adı: Temel Bilgi Teknolojileri ve Bilgisayar Kullanımı Yazar/Editör: Doç. Dr. Aysan ŞENTÜRK Yayınevi: Ekin Yayın Yılı: 2014 Baskı: 2. Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar: 1, 2, 3, 4 ve 5. Bölümler	

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Bilgisayar ve İnternet Kullanımı (Hasan Çebi Bal), Ders Notları

1. SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI

AIİT102 ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli		
Oda Numarası	Z/31		
Ofis Saatleri	UZEM		
E-posta	izzetbahri.atesli@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 08.15 – 10.15		
Derslik	UZEM		
Dersin Amacı	Atatürk'ün, Türkiye Cumhuriyetini kurarken yaptığı inkılâplarla, cumhuriyetin dayandığı temel ilkelerin nasıl ortaya çıktığını kavratmak; gençliğin bu ilkeler doğrultusunda, milletiyle bütünleşmiş bireyler olarak, çağdaş dünyada etkin yer edinebilecek seviyeye gelmesini sağlamak.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	MİLLÎ MÜCADELE TBMM'ye Karşı Ayaklanmalar, Millî Mücadelenin Cepheleri, Sevr Anlaşması.		
	Millî Mücadele dönemi ayaklanmalarının sebeplerini ve sonuçlarını kavrar.		
	Sevr Antlaşması'nın Millî Mücadele sürecine etkilerini değerlendirir		
	Kurtuluş Savaşı'nda cephelerde yapılan mücadeleleri analiz eder.		
	Millî Mücadelenin zorluklarını kavrar.		
	Millî birlik ve beraberliği güçlendiren unsurları kavrar.		
	MİLLÎ MÜCADELE Savaşı Bitiren Anlaşmalar, Mudanya Ateşkes Anlaşması, Lozan Anlaşması		
	Lozan Konferansı'nın süreci ve Lozan Barış Antlaşması'nın sağladığı kazanımları analiz eder.		
	Lozan Antlaşmasını diğer antlaşmalarla mukayese edebilir.		
	Türk Milletinin Kurtuluş Savaşı sürecinde elde ettiği askerî başarılarının ulusal ve uluslararası etkilerini değerlendirir.		
	TÜRKİYE CUMHURİYETİNİN KURULUŞU Saltanatın Kaldırılması, Cumhuriyetin İlanı, Halifeliğin Kaldırılması, Atatürk'ün Cumhuriyetçilik İlkesi		
	Millî egemenlik anlayışının güçlendirilmesi sürecinde saltanatın kaldırılmasını değerlendirir.		
	Cumhuriyetin ilân edilmesini Türkiye'de demokrasinin gelişimi açısından değerlendirir.		
	Halifeliğin kaldırılması ile 3 Mart 1936'te kabul edilen kanunların gerekçelerini ve toplum hayatında meydana getirdiği değişimleri fark eder,		
	CUMHURİYETİN DEMOKRATİKLEŞMESİ Halk Fırkası, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, Serbest Cumhuriyet Fırkası, Demokrat Parti ve Sonrası, Seçme ve Seçilme Hakkının Geliştirilmesi, Atatürk'ün Halkçılık İlkesi		
	Cumhuriyetin ilk yıllarında çok partili hayata geçiş denemeleri ve sonuçlarını değerlendirir.		
	Atatürk'ün çok partili siyasî hayata verdiği önemi kavrar.		
	CUMHURİYETİN LAİKLEŞMESİ Yönetimin, Hukukun ve Eğitimin Laikleşmesi, Atatürk'ün Laiklik İlkesi		
	Hukuk alanındaki gelişmeleri ve değişimi analiz eder.		
	Eğitim alanında yapılan inkılapları analiz eder.		
	Harf İnkılâbını ve Millet Mekteplerini, eğitimin yaygınlaştırılması ve çağdaş Türk toplumunun oluşturulması açılarından değerlendirir.		
	MİLLİYETÇİLİK İLKESİ Millî Devlet, Millî Tarih(Türk Tarih Kurumu), Millî Dil(Türk Dil Kurumu), Atatürk'ün Milliyetçilik İlkesi		
	Türk Tarih Kurumu ve Türk Dil Kurumu gibi kurumların kuruluş ve işleyiş yapısını açıklar.		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Millî Mücadele TBMM'ye Karşı Ayaklanmalar, Millî	

		Mücadelenin Cepheleri, Sevr Anlaşması	
3	3. Hafta	Millî Mücadele Savaşı Bitiren Anlaşmalar, Mudanya Ateşkes Anlaşması, Lozan Anlaşması	
4	4. Hafta	Türkiye Cumhuriyetinin Kuruluşu Saltanatın Kaldırılması, Cumhuriyetin İlanı, Halifeliğin Kaldırılması, Atatürk'ün Cumhuriyetçilik İlkesi	
5	5. Hafta	Cumhuriyetin Demokratikleşmesi Halk Fırkası, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, Serbest Cumhuriyet Fırkası, Demokrat Parti ve Sonrası, Seçme ve Seçilme Hakkının Geliştirilmesi, Atatürk'ün Halkçılık İlkesi	
6	6. Hafta	Cumhuriyetin Laikleşmesi Yönetimin Hukukun Ve Eğitimin Laikleşmesi(Tevhid-I Tedrisat Kanunu), Atatürk'ün Laiklik İlkesi	
7	7. Hafta	Milliyetçilik İlkesi Millî Devlet, Millî Tarih(Türk Tarih Kurumu), Millî Dil(Türk Dil Kurumu), Atatürk'ün Milliyetçilik İlkesi	
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Toplumsal, Kültürel Ve Eğitim Alanlarında Yapılan İnkılaplar Tevhid-I Tedrisat Kanunu, Türk Eğitim Sisteminin Temel Özellikleri, Harf İnkılabı, Eğitimi Geliştirmek İçin Yapılan Çalışmalar, Halkevleri, Köy Enstitüleri, Üniversite Reformu	
10	10. Hafta	Türkiye Cumhuriyetinin Dış Politikası Milli Mücadele Döneminde Dış Politika, Atatürk Döneminde Dış Politika(1919-1945),	
11	11 Hafta	Türkiye'nin Yakın Siyasi Hayati Ve Gelişmeleri II. Dünya Savaşı Sonrası Gelişmeler, Çok Partili Hayata Geçiş Ve Askeri Darbeler (1945-1980)	
12	12. Hafta	Türkiye'nin Yakın Siyasi Hayati Ve Gelişmeleri 1980 Sonrası Türkiye, İç Ve Dış Siyasi Olaylar	
13	13. Hafta	Jeopolitik Kavramı, Unsurları Ve Türkiye'nin Jeopolitik Önemi Türkiye'ye Yönelik Bölgesel Ve Küresel Tehditler.	
14	14. Hafta	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) Kurtuluş Savaşı'nda, - Birinci İnönü Zaferi'nden sonra Anlaşma Devletlerinin Londra'da konferans düzenlemesi ve TBMM'yi davet etmesi - Sakarya Zaferi'nden sonra Fransa'nın TBMM'yle Ankara Antlaşması'nı yapması gelişmeleriyle aşağıdakilerden hangisine ulaşıldığı savunulabilir? A) Anlaşma Devletlerinin TBMM'yi Sakarya Savaşı'ndan sonra tanıdığına B) İngiltere'nin savaşın sonuna kadar Yunanlıları desteklediğine C) Halkların dış politikada etkili olduğuna D) Uluslararası antlaşmaları uygulamak zorunluluğu olduğuna E) Askerî başarıların İtilaf Devletlerini TBMM'yle antlaşma yapmaya zorladığına S.2) I. Mustafa Kemal'e mareşallik unvanının verilmesi II. Fransa'yla Ankara Antlaşması'nın yapılması Yukarıdaki gelişmeler aşağıdaki savaşlardan hangisinin sonuçları arasındadır? A) Başkomutanlık Savaşı B) Sakarya Savaşı C) Birinci İnönü Savaşı D) İkinci İnönü Savaşı E) Eskişehir ve Kütahya Savaşları	

	S.3) Kurtuluş Savaşı’nda Gürcistan, Ermenistan Hükümetleriyle Kars Antlaşması yapılmıştır. Bu antlaşmanın yapılmasında aşağıdakilerin hangisinin etkili olduğu savunulabilir? A) Anlaşma Devletlerinin 22 Mart 1922’de barış için yeni koşullar önermesi B) Rodos ve On İki Ada’nın İtalya’ya bırakılması C) Mudanya Antlaşması’nın imzalanması D) Musul’un Irak’a bırakılması E) Sakarya Savaşı’nın kazanılması S.4) Atatürkçü milliyetçilik anlayışı ırk, din ve mezhep ayrımcılığına karşıdır. Yalnız bu bilgiyle Atatürk milliyetçiliğinin, I. laik devlet anlayışını benimseme, II. etnik kimliklere saygılı olma, III. milletin birliğine ve bütünlüğüne önem verme özelliklerinden hangilerine ulaşılır? A) Yalnız I B) Yalnız II C) Yalnız III D) II ve III E) I, II ve III S.5) Aşağıdakilerden hangisinin geleceği, Lozan Antlaşması’yla belirlenmemiştir? A) İmroz B) Musul C) On İki Ada D) Karaağaç E) Bozcaada
Cevap Anahtarı	1 E, 2 B, 3 E, 4 E, 5 B
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.

TD102 TÜRK DİLİ II

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
Oda Numarası	MA-K1-9
Ofis Saatleri	
E-posta	faruk.toydemir@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13.15 – 15.15
Derslik	Uzaktan Eğitim
Dersin Amacı	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	Ses bilgisi
	Ses bilgisi ile ilgili temel kavramları bilir.
	Türkçedeki sesleri ve bu seslerin özelliklerini bilir.
	Ünlülerle ilgili ses olaylarını ve nedenlerini bilir.
	Ünlü düşmesini, ünlü daralmasını, ünlü türemesini bilir.
	Ünsüzlerle ilgili ses olaylarını ve nedenlerini bilir.
	Ünsüz düşmesini, ünsüz türemesini, ünsüz benzeşmesini bilir.
	Cümle Türleri: Anlamına göre cümleler
	Cümle ile ilgili kavramları bilir.
	Olumlu cümleyi, olumsuz cümleyi, soru cümlesini, ünlem cümlesini bilir.
	Cümle Türleri: Yapısına göre cümleler
	Basit cümleyi, birleşik cümleyi, sıralı cümleyi, bağlı cümleyi bilir.
	Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri
	Sözcük türü ile ilgili kavramları bilir.
	Sözcük türlerini anlam, tür ve görev bakımından sınıflandırır.
	İsmin tanımını, özelliklerini ve isim öbeklerinin çeşitlerini bilir. Metin içerisinde isim ve isim öbeklerini bulur.
	Zamirler
	Zamirin tanımını, özelliklerini ve zamir çeşitlerini bilir. Metin içerisinde zamirleri ve zamir çeşitlerini bulur.
	Sıfat ve sıfat öbekleri
	Sıfatın tanımını, özelliklerini ve sıfat türlerini bilir. Metinde sıfatı ve sıfat türlerini bulur.
	Zarflar
	Zarfin tanımını ve zarf türlerini bilir. Metin içerisinde zarf ve zarf türlerini bulur.
	Eylemler
	Eylemin tanımını ve özelliklerini bilir. İsim ve eylem ayırımına varır. Metin içerisinde eylemleri bulur.
	Ek eylemler
	Ek eylem nedir? bilir. Eylemin özelliklerini kavrar. Metin içerisinde ek eylemin bulur.
	Eylemsiler
	Eylemsilerin tanımını yapar, özelliklerini bilir. Metin içerisinde eylemsileri bulur.
	Edat
	Edat nedir? bilir. Edatın özelliklerini kavrar. Edat türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.
	Bağlaç
	Bağlaç nedir? bilir. Bağlacın özelliklerini kavrar. Bağlaç türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.
	Yazılı ve sözlü anlatım türler
	Yazılı anlatım türlerini bilir: Form yazılar, öz geçmiş, biyografi, dilekçe, rapor, tutanak, mektup yazılarının tanımını ve özelliklerini bilir. Örnek yazılar okur.

		Makale, deneme, fıkra, eleştiri, röportaj, anı / hatıra, gezi / seyahat yazılarının tanımını ve özelliklerini bilir. Örnek yazılar okur.
		Etkili konuşma becerisinin önemini kavrar. İyi bir konuşmacının özelliklerini öğrenir.
		Sözlü anlatım türlerinden konferans, açık oturum, panel ve münazaranın tanımını ve özelliklerini bilir.
		Seminer, kongre, sempozyum, forum gibi sözlü anlatım türlerinin tanımını ve özelliklerini bilir. Örnek yazılar okur.
		Seminer, kongre, sempozyum, forum gibi sözlü anlatım türlerinin tanımını ve özelliklerini bilir. Örnek yazılar okur.
Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası
2	2. Hafta	Oryantasyon Haftası Dersin amacı, içeriği ve kaynakların tanıtılması.
3	3. Hafta	Ses bilgisi
4	4. Hafta	Cümle Türleri: Anlamına göre cümleler
5	5. Hafta	Cümle Türleri: Yapısına göre cümleler
6	6. Hafta	Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri
7	7. Hafta	Zamirler
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)
9	9. Hafta	Zarflar
10	10. Hafta	Zarflar
11	11 Hafta	Eylemler
12	12. Hafta	Ek eylemler
13	13. Hafta	Eylemsiler
14	14. Hafta	Edat
		Dönem Sonu Sınavı (2 – 12 Haziran 2026)
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)
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. 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 düşe 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 yaylımız yola çıktı. C) Gün doğarken bir ölüm rüyasıyla uyandım. D) Yedi yüz yıl süren hikâyemizi dinlemiş. E) Seninle gelmesini istemez misin?
Cevap Anahtarı	1. D 2. E 3. E 4.C 5. B
Kaynak Kitap	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİR102 GENEL İŞLETME II

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Onur Binbaş
Oda Numarası	
Ofis Saatleri	Pazartesi
E-posta	Onur.binbas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.15 – 16.15
Derslik	2/46
Dersin Amacı	Bu ders ekonomi ve iş idaresi ile ilgili temel kavramlar, etik, sosyal sorumluluk, yönetimin fonksiyonları, pazarlama, insan kaynakları yönetimi, girişimcilik, üretim, motivasyon konularında öğrencileri gerekli bilgi ve becerileri kazandırmayı hedefleyen lisans düzeyinde bir derstir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İşletmenin Temel Kavramları
	İşletmenin tanımını bilir
	Girişimci, yönetici kavramlarını, ve arasındaki farklılıkları bilir
	Yönetim piramidini bilir
	İşletmede ki çalışanları tanır
	İşletmenin Temel Kavramları
	Ürün, mal ve hizmet kavramlarını bilir
	İhtiyaç, istek ve talep kavramlarını bilir
	Üretim faktörlerini bilir
	İşletmenin diğer bilim dalları ile ilişkisi
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile istatistik bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletme ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiyi bilir
	İşletmelerin Sınıflandırılması
	Farklı açılardan işletme sınıflandırmalarını yapar
	İşletmenin Amaçları
	Varlığını devam ettirme amacını bilir
	Büyüme amacının neyi ifade ettiğini bilir
	Karlılık amacının neyi ifade ettiğini bilir
	İşletmenin sosyal amaçlarını bilir
	İşletmenin Çevresi
	Genel çevreyi bilir
	Sektörel çevreyi bilir
	İşletme iç çevresini bilir
	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik
	Etikğin tanımını ve işletme için önemini bilir
	Sosyal sorumluluk kavramının tanımını ve işletme için önemini bilir
	İşletmelerin Kuruluşu
	İşletmelerin kuruluş sürecini bilir
	İşletmelerde Büyüme
	İşletmelerin Büyüme Nedenlerini bilir
	Büyümenin işletmelere getirdiği yarar ve sakıncaları bilir
	İşletmelerde Büyüme Türleri
	İç ve Dış Büyümeyi bilir
	İşletmelerde Birleşme
	Hukuki ve Ekonomik yönden birleşme

		türlerini bilir.	
		İşletme Fonksiyonlarına Giriş	
		Yönetim, üretim, ARGE ve pazarlama fonksiyonlarını tanıtır	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İşletmenin Temel Kavramları	PY2,PY4
3	3. Hafta	İşletmenin Temel Kavramları	PY2,PY4
4	4. Hafta	İşletmenin Diğer Bilim Dalları İle İlişkisi	
5	5. Hafta	İşletmelerin Sınıflandırılması	
6	6. Hafta	İşletmenin Amaçları	PY2,PY4
7	7. Hafta	İşletmenin Çevresi	PY2,PY4,PY9
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Ve Etik	PY11,PY12
10	10. Hafta	İşletmelerin Kuruluşu	PY2,PY4
11	11 Hafta	İşletmelerde Büyüme	PY9
12	12. Hafta	İşletmelerde Büyüme Türleri	
13	13. Hafta	İşletmelerde Birleşme	
14	14. Hafta	İşletme Fonksiyonlarına Giriş	
		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. Sahipliğin, temel politik karar organlarının ve önemli yönetim kademelerinin belirli bir grubun mensuplarından oluşur. ” Bilgi aşağıdaki şıklardan hangisinde doğru olarak verilmiştir. A)Ailesel yönetim B)Siyasal Yönetim C)Profesyonel Yönetim D)İdari Yönetim E) Yetki devri	
Cevap Anahtarı		Siyasal Yönetim	
Kaynak Kitap		Genel İşletme, Ed. Prof. Dr. Zafer Aykul, Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Hepkul, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Yayınları (2012)	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİR104 MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞALAR

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/18
Ofis Saatleri	Salı – Çarşamba - Perşembe
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15 – 16.15
Derslik	2/46
Dersin Amacı	Bu dersin amacı Halkla İlişkiler ile medya ve Kültür arasındaki organik bağı anlamak ve güncel iletişim uygulamalarında medya ve kültürü kullanabilme becerileri kazanmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dil ve Kültür Medya metinlerini dil ve kültür bağlamında analiz edebilme Kültürel kimlikler ve medyada temsili Kültür kavramını açıklayabilme Kimlik kavramını açıklayabilme Medya temsillerini kültür ve kimlik kavramı perspektifinde analiz edebilme Haber Sosyolojisi Haberin birey ve toplum üzerindeki etkilerini farklı yöntemler ile analiz edebilme Yeni Toplumsal Hareketler Toplumsal hareket kuramlarını açıklayabilme Yeni toplumsal hareket türlerini eleştirebilme Yeni toplumsal hareketler ile ilgili yapılabilecek araştırma yöntemlerini açıklayabilme ve kullanabilme Medya ve Toplumsal Cinsiyet Toplumsal cinsiyet kavramını açıklayabilme Medyada toplumsal cinsiyet üretimini örneklerle açıklayabilme Medyada cinsiyet kavramı ile ilgili söylemler geliştirebilme Medya Güç ve Siyaset farklı ülkelerden hareketle medya, güç ve siyaset dinamikleri arasındaki ilişki sorunsallaştırılarak; bu etkileşimin sivil toplum ve politik mekanizmalar perspektifinde analiz edebilme Dijital Kültür Dijital kültürün iletişim pratikleri üzerindeki etkileri analiz edebilme Dijital kültürün iş hayatı, boş zaman etkinlikleri, siyaset, sosyal gruplar, kimlik gibi farklı konular üzerindeki etkileri analiz edebilme Televizyon ve Gündelik Yaşam Eleştirisi kültürün televizyon aracılığıyla inşa edilen ortak görünümüleri açıklayabilme tüketim kültürü, boş zaman ve güç-iktidar, aile, çocuk ve cinsiyet ilişkileri gibi temel kavramlar ekseninde gündelik yaşama ilişkin örnekler verebilme Görsel Kültür Görsel kültür örneklerinin günümüz medyasında nasıl kullanıldığını analiz edebilme Sinema ve Kültürel Temsiller kültür tarihi' nosyonunu metodolojik ve epistemolojik açıdan tanımlayabilmek Bu alana özgü araştırma nesnelerini, yöntemlerini ve kaynaklarını açıklayıp sinemanın kültürel tarihine (Türk sinemasının Yeşilçam döneminin kültürel tarihi bağlamında) ayrıntılı olarak örneklendirebilme Kültür Değişmeleri kültür, değişme, göç, modernite, küreselleşme kavramları bağlamında toplum incelemelerini yapabilme Kültürlerarası İletişim kültür, kültür evrenselleri, kültürlerarası iletişim kuramları, iletişim sürecine kültürün etkisi, iletişim yeterliliği vb. konuları örnekler ile açıklayabilme Medya ve Kültürel Kavramlar Toplum, birey, kültür ve ideoloji ile bağlantılı eleştirel kuramsal yaklaşımları açıklayabilme

Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Dil ve Kültür	PY2
3	3. Hafta	Kültürel kimlikler ve medyada temsili	PY3
4	4. Hafta	Haber Sosyolojisi	PY7
5	5. Hafta	Yeni Toplumsal Hareketler	PY15
6	6. Hafta	Medya ve Toplumsal Cinsiyet	PY2-PY3-PY7-PY15
7	7. Hafta	Medya Güç ve Siyaset	PY2-PY3-PY7-PY15
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Dijital Kültür	PY2-PY3-PY7-PY15
10	10. Hafta	Televizyon ve Gündelik Yaşam Eleştirisi	PY2-PY3-PY7-PY15
11	11 Hafta	Görsel Kültür	PY2-PY3-PY7-PY15
12	12. Hafta	Sinema ve Kültürel Temsiller	PY2-PY3-PY7-PY15
13	13. Hafta	Kültür Değişimleri	PY2-PY3-PY7-PY15
14	14. Hafta	Kültürlerarası iletişim	PY2-PY3-PY7-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		Soru1: Medya, liberal çoğulcu yaklaşıma göre görevi nedir? Soru2:Yurttaşlık kavramının modern içeriğini kazandığı toplumsal olay nedir? Soru3: Medya ve demokrasi kitabının yazarı kimdir?	
Cevap Anahtarı		Cevap1:Gözetim Cevap2: Fransız devrimi Cevap3:John Keane	
Kaynak Kitap		Medya Popüler Kültür & Eleştirel Yaklaşım, Ekmel Geçer	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİR106 HALKLA İLİŞKİLER II

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/20		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Cuma 09.15 – 12.15		
Derslik	2/46		
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; Halkla İlişkiler Kavramlarını tanımlayabilmek ve diğer fonksiyonlar ile arasındaki ilişkiler ağını yöneterek stratejik iletişim yönetimi yapabilmeyi amaçlamaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	İtibar Yönetimi		
	İtibarı tanımlayabilme		
	Kurumsal itibarı açıklayabilme		
	İtibar Nasıl Yönetilir		
	Kurumsal itibar yönetim süreçlerini analiz edebilme		
	İtibar yönetimini değerlendirebilme		
	Lobicilik		
	Lobicilik kavramını açıklayabilme		
	Lobicilik faaliyetlerini analiz edebilme		
	Lobicilikte kullanılan yöntemleri açıklayabilme		
	Lobi kuruluşlarını eleştirebilme		
	Uluslararası Halkla İlişkiler		
	Kuruluşların uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarını analiz etme		
	Uluslararası H.İ. aktörlerini tanımlayabilme		
	Global aktivizm örneklerini eleştirebilme		
	Pazarlama Amaçlı Halkla İlişkiler		
	Halkla ilişkilerin pazarlama ile ilişkisini açıklayabilme		
	Pazarlama amaçlı H.İ. örnekler verebilme		
	Pazarlama amaçlı H.İ. uygulamalarını analiz edebilme		
	Sponsorluk		
	Sponsorluğun gelişimini açıklayabilme		
	Sponsorluk türleri hakkında örnekler verebilme		
	Sponsorluğu değerlendirme		
	Sponsorluk süreçlerini analiz edebilme		
	Sponsorluk etkileri hakkında rapor hazırlayabilme		
	Kurumsal kimlik		
	Kurumsal kimlik kavramını açıklayabilme		
	Kurumsal kimlik unsurlarını analiz edebilme		
	Kurumsal sosyal sorumluluk		
	KSS hakkında örnek vermek ve süreç analizi yapabilme		
	Halkla İlişkiler ve etik		
	Halkla İlişkilerde etik sorunları tanımlayabilme		
	Sosyal Medya		
	Sosyal medya araçlarını tanımlayabilme		
	Dijital Halkla İlişkiler		
	Halkla İlişkiler araçlarının dijitalleşmesini analiz edebilme		
	Potansiyel krizleri saptayabilme		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Konu 1:İtibar Yönetimi	PY7
3	3. Hafta	Konu 2: İtibar nasıl yönetilir	PY7
4	4. Hafta	Konu 3: Lobicilik	PY7

5	5. Hafta	Konu 4: Uluslararası halkla ilişkiler	PY7
6	6. Hafta	Konu 5: Pazarlama Amaçlı halkla ilişkiler	PY7
7	7. Hafta	Konu 6:Sponsorluk	PY7
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Konu 7: Sponsorluğu değerlendirme	PY7
10	10. Hafta	Konu 8:Kurumsal Kimlik	PY7
11	11 Hafta	Konu 9: Kurumsal sosyal sorumluluk	PY7
12	12. Hafta	Konu 10: halkla ilişkiler ve etik	PY7
13	13. Hafta	Konu 11:sosyal medya	PY7
14	14. Hafta	Konu 12: dijital halkla ilişkiler	PY7
		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		Soru1:Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler kampanyaların aşamalarından biri değildir? a)Araştırma b)Planlama c)Anket yapma d)Değerlendirme e)Uygulama Soru2:Günümüzde Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler aracı olarak hangileri kullanılmaktadır? a) Sosyal Medya b) Kurumsal Dergiler c) Beyaz Masa Uygulamaları d) Tanıtım ve bilgilendirme toplantıları e)Hepsi Soru3:Aşağıdakilerden hangisi dijital halkla ilişkilerin avantajlarındanıdır? a)Mesajın çok hızlı gitmesi b)Hedef kitlenin büyümesi c)Geri bildirimlerin toplanması d)Maliyetin az olması e)Hepsi	
Cevap Anahtarı		1)c 2)e 3)e	
Kaynak Kitap		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta PELTEKOĞLU	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Sriramesh, K.,&Vercic, D. (Eds.). (2003). Theglobalpublicrelationshandbook: Theory, research, andpractice. Routledge. Theaker, A. (2016). Thepublicrelationshandbook. Routledge.	

HİR108 DAVRANIŞ BİLİMLERİ

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan	
Oda Numarası	2/16	
Ofis Saatleri	Salı – Çarşamba - Perşembe	
E-posta	fatih.ceylan@gop.edu.tr	
Ders Zamanı	Perşembe 09.15 – 12.15	
Derslik	2/46	
Dersin Amacı	Ders kapsamında davranış düzlemi ve sosyal kurumlar, kültür-örgüt kültürü ve girişimcilik kültürü, inanç ve tutumlar, kişilik ve davranış, algılama-öğrenme, motivasyon ve iş tatmini, gruplar, yöneticilik ve liderlik, örgütlerde takım çalışması ve yönetimi, yabancılaşma, stres yönetimi, örgütlerde çatışma, değişim yönetimi ve örgüt geliştirme ve örgütsel etik gibi konularda gerekli teorik bilgilerin öğretilmesi amaçlanmaktadır.	
Konu ve İlgili Kazanımlar	Davranış Bilimlerine Giriş, Davranış Düzlemi Ve Sosyal Kurumlar	
	Davranış bilimlerinin tarihsel gelişimi ve diğer sosyal bilimlerle ilişkisini bilir	
	Davranış düzlemi kavramını bilir	
	Davranış düzlemini oluşturan genel ve özel kuralları bilir	
	Sosyal statü ve rol davranışları hakkında bilgi sahibi olur	
	Kültür-Örgüt Kültürü Ve Girişimcilik Kültürü	
	Kültür kavramı ve kültürü oluşturan öğeleri bilir	
	Örgüt kültürü kavramı ve önemini kavrar	
	Örgüt kültürünün fonksiyonları, bileşenleri ve yararı hakkında bilgi sahibidir	
	İnanç Ve Tutumlar	
	İnanç, değer ve düzgü kavramlarını açıklayabilir	
	Tutumların oluşumu hakkında bilgi sahibidir	
	Kişilik Ve Davranış	
	Kişilik kavramı ve kapsamı hakkında bilgi sahibidir	
	Kişiliğin temel özelliklerini bilir	
	Algılama-Öğrenme Ve Öğrenen Örgütler	
	Algılama kavramı ve kapsamı hakkında fikir sahibidir	
	Öğrenme kavramını ve kapsamını bilir	
	Öğrenme kuramları hakkında bilgi sahibidir	
	İletişim	
	İletişim sürecini bilir	
	Etkin iletişimi engelleyen faktörler hakkında bilgi sahibidir	
	Dikey, yatay ve çapraz iletişim biçimlerini açıklayabilir	
	İletişim modelleri hakkında bilgi sahibidir	
	Motivasyon Ve İş Tatmini	
	Motivasyon kavramı, önem ve yararlarını değerlendirebilir	
	Motivasyon kanusunda yönetsel yaklaşımlar hakkında bilgi sahibidir	
	İş tatmini kavram ve kapsamını bilir	
	Gruplar	
	Biçimsel ve biçimsel olmayan grupları tanımlayabilir	
	Grupların başlıca işlevlerini tanımlar	
	Grup normları hakkında fikir sahibidir	
	Gruplara üye olma nedenlerini açıklayabilir	
	Yöneticilik Ve Liderlik	
	Yöneticilik ve liderlik kavramlarını tanımlar	
	Liderlik çeşitlerini bilir	
	İşletmelerde görülen liderlik fonksiyonları hakkında bilgi sahibidir	
Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası
2	2. Hafta	Davranış Bilimlerine Giriş, Davranış Düzlemi Ve PY2, PY3

		Sosyal Kurumlar	
3	3. Hafta	Kültür-Örgüt Kültürü Ve Girişimcilik Kültürü	PY2, PY3
4	4. Hafta	İnanç Ve Tutumlar	PY2, PY3
5	5. Hafta	Kişilik Ve Davranış	PY2, PY3
6	6. Hafta	Algılama-Öğrenme Ve Öğrenen Örgütler	PY2, PY3
7	7. Hafta	İletişim	PY2, PY3
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Motivasyon Ve İş Tatmini	PY2, PY3
10	10. Hafta	Gruplar	PY2, PY3
11	11 Hafta	Yöneticilik Ve Liderlik	PY2, PY3
12	12. Hafta	Örgütlerde Takım Çalışması Ve Yönetimi	PY2, PY3
13	13. Hafta	Yabancılaşma Ve Yönetim, Stres Ve Yönetimi	PY2, PY3
14	14. Hafta	Örgütlerde Çatışma Ve Yaratıcılığın Yönetimi, İşe Devamsızlık Ve İşgören Devri	PY2, PY3
		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		Hangisi grup gelişim aşamalarından değildir? a. Forming (Kurmak-biçimlendirmek) b. Storming (Geliştirmek) c. Norming (Normlar belirlemek) d. Performing (İcra etmek-Uygulamak) e. Controlling (Kontrol etmek) 2) Hangisi gruplarda bütünleşme ve işbirliğini sağlayan başlıca etmenler arasında değildir? a. Grup homojenliği b. Grup büyüklüğü c. Teknolojik değişiklikler d. İç faaliyet sıklığı e. Rekabet ve dış korku Anlayış ve davranışlarına göre liderlik incelendiğinde grup üyelerini peşinden sürükleyen büyüleyici bir yapısı olan, bu nedenle etkinliği olan, kararları kendisi veren ve her sözü emir olarak kabul edilen liderlik türü hangisidir? a. Serbestçi lider b. Hümanist lider c. Destekleyici lider d. Karizmatik lider e. Doğal lider	
Cevap Anahtarı		1) E, 2) C, 3) D	
Kaynak Kitap		Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2015), Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış (9. Baskı), Konya: Eğitim Yayınevi	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Kitap Adı: Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış Yazar/Editör: M. Şerif Şişek, Adnan Çelik, Tahir Akgemci Yayınevi: Eğitim Yayınevi Yayın Yılı: 2015 Baskı: 9	

HİR110 İLETİŞİM HUKUKU

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın	
Oda Numarası	2/15	
Ofis Saatleri	Pazartesi - Çarşamba	
E-posta	umur.ashkin@gop.edu.tr	
Ders Zamanı	Pazartesi 09.15 – 12.15	
Derslik	2/46	
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrencinin hukukun tanımını ve temel kavramlarını öğrenmesi, hukukun sosyal hayattaki önemini kavraması, hukuk kurallarına uymadığında karşılaşılabileceği yaptırımları farkında olması ve iletişim hukuku ile ilgili kavramları öğrenmesi haklarını 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.	
	İletişim kavramı ve kitle iletişiminde ilişkin genel bilgiler	
	İletişim kavramını tanımlayabilir.	
	Bireysel iletişim ve kitle iletişimi hakkında bilgi sahibi olur.	
	Kitle iletişim hukukunun diğer dallarla ilişkisi hakkında bilgi sahibi olur.	
	Kitle İletişim Özgürlüğünün İçeriği	
	Kitle iletişim özgürlüğünün içeriği hakkında bilgi sahibi olur.	
	Kitle iletişim özgürlüğünün temel unsurları hakkında bilgi sahibi olur.	
	Kitle iletişim özgürlüğünün sınırlandırılması hakkında bilgi sahibi olur.	
	Düşünceyi İfade Özgürlüğünün Sınırları	
	Düşünceyi ifade özgürlüğünün unsurları hakkında bilgi sahibi olur.	
	Düşünceyi ifade özgürlüğünün sınırlandırılması hakkında bilgi sahibi olur.	
	Düşünceyi ifade özgürlüğünün kitle iletişim özgürlüğüyle ilişkisi hakkında bilgi sahibi olur.	
	Radyo ve televizyon rejimi	
Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası

2	2. Hafta	Hukuk kavramı ve hukuk dalları, Hukuk sistemleri,	PY7-PY10
3	3. Hafta	Temel hukuk ilkeleri, Hukukun kaynakları	PY6-PY7
4	4. Hafta	Türkiye Cumhuriyeti Devletinin temel nitelikleri, yasama, yürütme	PY7- PY9-PY10
5	5. Hafta	Yargı sistemleri	PY7-PY8-PY10
6	6. Hafta	Hukuki olay, hukuki ilişki, hukuki fiil, hukuki işlem.	PY7-PY8
7	7. Hafta	Hak kavramı	PY7-PY10
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Kişiler hukuku	
10	10. Hafta	İletişim kavramı ve kitle iletişimine ilişkin genel bilgiler	PY7
11	11 Hafta	Kitle İletişim Özgürlüğünün İçeriği	PY7-PY8
12	12. Hafta	Düşünceyi İfade Özgürlüğünün Sınırları	PY7-PY8
13	13. Hafta	Radyo ve televizyon rejimi	PY7
14	14. Hafta	Basın yayın faaliyetlerinin denetlenmesi	PY7
		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. Bir toplumda iyilik ve kötülük hakkında oluşan 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		Hukuka Giriş Yazar/Editör: Haluk Hadi SÜMER.(2018).Hukuka Giriş. Ankara: Seçkin Yayınevi Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar: 1 ila 8. bölümler arası Kitle İletişim Hukuku Yazar: Dr. Sinan Bayındır, Dr. Özge Apiş, Arş Gör. Oğuz Ersöz	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

İNG102 İNGİLİZCE II

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Mete Şen
Oda Numarası	302
Ofis Saatleri	Salı
E-posta	mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.15 – 11.15
Derslik	2/46
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 eşyalar / This- That-Those-These
	Evin bölümleri ve eşyaların İngilizce karşılıklarını bilir. There is / are kullanılarak örnek cümle yazar This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.
	This/that/these ve those yapılarını öğrenir
	Bu yapıların nesnelerin konumuna göre ifade edildiğini keşfeder
	Bu yapıları cümle içinde kullanır Can ve can't modal verb I
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir
	Kalıbı soru cümlelerinde kullanabilir Konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir. Can ve can't modal verb II
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.
	Can ve can't modal verb III
	Can ve geniş zaman kullanımlı cümle kurma Writing çalışması
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.
	Kendilerini ifade eden metin oluştururlar. Reading çalışması
	Öğrendikleri konuları içeren metinleri okuyup cevaplandırabilir.
	WAS /WERE , The Simple Past Tense Was/were ile basit cümleler kurabilir. The Simple Past Tense
	Dili geçmiş zamanda (The Simple Past Tense) olumlu cümle kurar.
	Yapıyı olumsuz cümle kalıbında deneyimler Soru formlarında cümle kuruluşlarını bilir
	Düzenli/Düzensiz fiiller
	Öğrendiği fiillerle geçmiş zamanda cümle kurar. Reading çalışması II
	Simple past tense kullanılan metni okuyup sorularını cevaplandırır.
	Simple past tense time expressions
	There is / There are- Evin bölümleri ve eşyalar / This- That-Those-These
	Evin bölümleri ve eşyaların İngilizce karşılıklarını bilir. There is / are kullanılarak örnek cümle yazar This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.
	This/that/these ve those yapılarını öğrenir
	Bu yapıların nesnelerin konumuna göre ifade edildiğini keşfeder
	Bu yapıları cümle içinde kullanır Can ve can't modal verb I
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir
	Kalıbı soru cümlelerinde kullanabilir Konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir. Can ve can't modal verb II
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.
	Can ve can't modal verb III
	Can ve geniş zaman kullanımlı cümle kurma Writing çalışması
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.
	Kendilerini ifade eden metin oluştururlar. Reading çalışması
	Öğrendikleri konuları içeren metinleri okuyup cevaplandırabilir.
	WAS /WERE , The Simple Past Tense Was/were ile basit cümleler kurabilir. The

		Simple Past Tense	
		Dili geçmiş zamanda (The Simple Past Tense) olumlu cümle kurar.	
		Yapıyı olumsuz cümle kalıbında deneyimler Soru formlarında cümle kuruluşlarını bilir	
		Düzenli/Düzensiz fiiller	
		Öğrendiği fiillerle geçmiş zamanda cümle kurar. Reading çalışması II	
		Simple past tense kullanılan metni okuyup sorularını cevaplandırır.	
		Simple past tense time expressions	
		There is / There are- Evin bölümleri ve eşyalar / This- That-Those-These	
		Evin bölümleri ve eşyaların İngilizce karşılıklarını bilir. There is / are kullanılarak örnek cümle yazar This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.	
		This/that/these ve those yapılarını öğrenir	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	There is / There are- Evin bölümleri ve eşyalar / This-That-Those- These	PY15-PY19
3	3. Hafta	Can ve can't modal verb I	PY15-PY19
4	4. Hafta	Can ve can't modal verb II	PY15-PY19
5	5. Hafta	Can ve can't modal verb III	PY15-PY19
6	6. Hafta	Writing çalışması	PY15-PY19
7	7. Hafta	Reading çalışması I	PY15-PY19
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	WAS /WERE	PY15-PY19
10	10. Hafta	The Simple Past Tense	PY15-PY19
11	11 Hafta	Düzenli/Düzensiz fiiller	PY15-PY19
12	12. Hafta	Reading çalışması II	PY15-PY19
13	13. Hafta	Simple past tense time expressions	PY15-PY19
14	14. Hafta	Writing çalışması	PY15-PY19
		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		S.1. Can you_____a bike? a) riding b) ride c) to ride d) rides S.2.You can cook meal in the_____. a) livingroom b) bedroom c) bathroom d) kitchen S.3._____an Internet cafe in this town. a) There are b) There is c) There aren't d) There be S4.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 S.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-b4-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)

Kariyer Planlama Dersi

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın		
Oda Numarası	2-15		
Ofis Saatleri	Pazartesi - Çarşamba		
E-posta	Umur.ashkin@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 10.15 -11.00		
Derslik	2/46		
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.		
	Kariyer geliştirme kavramını tanımlar.		
	Kariyer geliştirmenin önemini kavrar.		
	Kariyer yönetimini kavramını tanımlar.		
	Kariyer yönetiminin amaçlarını kavrar.		
	Kariyer planlama kavramını tanımlar.		
	Kariyer planlamanın aşamalarını kavrar.		
	Kariyer platosu kavramını tanımlar.		
	Kariyer patikası kavramını tanımlar.		
	Kariyer çapısı kavramını tanımlar.		
	Kariyer şoku kavramını tanımlar.		
	Ulusal ve uluslararası değişim programları		
	Mevlana değişim programını tanır.		
	Mevlana değişim programına başvuru şartlarını bilir.		
	Erasmus + değişim programını tanır.		
	Erasmus + değişim programına başvuru şartlarını bilir.		
	Farabi değişim programını tanır.		
	Farabi değişim programı başvuru şartlarını bilir.		
	Temel iletişim becerileri		
	Sosyal medya kullanımının avantajlarını bilir.		
	Sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken hususları kavrar.		
	Etkili iletişim tekniklerini kavrar.		
	Dil öğreniminin önemini kavrar.		
	Ağ oluşturmanın (Networking) önemini kavrar.		
	Özgüven duygusunun iletişimdeki önemini kavrar.		
	Espri anlayışının iletişimdeki önemini kavrar.		
	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)		
	Sivil toplum kuruluşlarının görev ve sorumluluklarını kavrar.		
	Sivil toplum kuruluşlarının toplumdaki yeri ve önemini kavrar.		
	Sosyal sorumluluk projelerinde alınan görevlerin kariyer patikasındaki önemini kavrar.		
	İnce yetenekler (Soft-Skills)		
	Zaman yönetiminin önemini kavrar.		
	Stres yönetiminin iş hayatındaki önemini kavrar.		
	Problem çözme becerilerini geliştirir.		
	İş hayatında sorumluluk almanın önemini ve kariyer patikasındaki etkisini kavrar.		
	Analitik düşünmenin önemini kavrar.		
	Olaylara eleştirel bakış açısı ile bakmanın avantajlarını kavrar.		
	İş hayatında ekip çalışmasının önemini kavrar.		
	İş hayatında olaylara pozitif bakış açısıyla yaklaşmanın önemini kavrar.		
	Karar alma kabiliyetinin kariyer patikasındaki önemini kavrar.		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	

2	2. Hafta	Dersin genel tanıtımı ve kariyer kavramı	PY10, PY11
3	3. Hafta	Ulusal ve uluslararası değişim programları	PY8, PY11
4	4. Hafta	Temel iletişim becerileri	PY10, PY14, PY15
5	5. Hafta	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)	PY7, PY15
6	6. Hafta	İnce yetenekler (Soft-Skills)	PY3, PY8, PY10, PY11, PY12, PY13
7	7. Hafta	Sektör günleri (Kamu Sektörü)	PY2, PY8, PY13
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Diksiyon ve beden dili	PY14
10	10. Hafta	Özgeçmiş ve kapak yazısı hazırlama	PY11, PY13
11	11 Hafta	Sektör günleri (Özel Sektör)	PY7, PY15
12	12. Hafta	Etkili mülakat teknikleri	PY10, PY13
13	13. Hafta	Sektör günleri (Akademi)	PY11, PY15
14	14. Hafta	Sektör günleri (Girişimcilik)	PY11, PY13
		Dönem Sonu Sınavı (2 – 12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, derse devam (%10), Profesyonel özgeçmiş ve ön yazı örneği hazırlama (%10), kariyer platformlarında profil oluşturma (%10), mülakat simülasyonu (%10), kariyer merkezi etkinliklerine katılım (%20), kariyer danışmanı görüşmeleri (%10) ve kaynak kitaplar ve derste anlatılan konular esas alınarak hazırlanacak olan klasik dönem sonu sınavı (%30) aracılığıyla yapılacaktır. Kariyer merkezi etkinliklerine katılım, kariyer danışmanı görüşmeleri ve dönem sonu sınavının ağırlıklı ortalaması final sınav notunu (%60) oluşturacaktır.	
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		Yazar/Editör: Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.	

2.SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR201 İNSAN KAYNAKLARI

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Askin
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Pazartesi - Salı
E-posta	umur.askin@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.00 – 15.45
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Bu ders, çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisi kazandırmayı hedefleyen lisans düzeyinde bir derstir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İnsan Kaynakları Yönetimi' nin Tarihçesi
	İnsan Kaynakları Yönetiminin tarihçesini bilir
	İnsan Kaynakları Yönetimi İle İlgili kavram ve İlkeler
	İnsan Kaynakları Yönetiminin tanımını, ilkelerini, önemini ve amaçlarını bilir.
	İnsan Kaynakları Yönetimini etkileyen çevresel unsurları bilir.
	İş Analizi ve İş Tasarımı
	İş analizi sürecini, önemini ve çıktılarını(iş Tanımları ve iş gereklerini) bilir.
	İş tasarım tekniklerini bilir.
	İnsan Kaynakları Planlaması
	İKY planlama sürecini, amacını ve önemini bilir.
	İKY planlamasını etkileyen faktörleri bilir.
	İK talebini, talep çeşitlerini ve talep belirleme yöntemlerini bilir.
	İK arzını, çeşitlerini bilir.
	İnsan Kaynakları Tedarik ve Seçimi
	İK tedarik kaynaklarını bilir
	İK seçim sürecini bilir.
	Eğitim ve Geliştirme
	Eğitim ve geliştirmeye ilişkin temel kavramları bilir.
	Eğitim geliştirme sürecini etkileyen faktörleri bilir.
	Eğitim geliştirme sürecini bilir.
	Kariyer Geliştirme
	Kariyer geliştirme ilgili temel kavramları ve sürecini bilir
	Kariyer yönetimi kavramını ve sürecini bilir
	Kariyer planlama kavramını ve türlerini bilir.
	Performans Yönetimi
	Performans Değerleme ve yönetimi kavramlarını bilir.
	Performans değerlendirme sürecini bilir.
	Performans değerlendirmeyi yapacak tarafları ve önemini bilir.
	Performans değerlendirme zamanını bilir.
	İş Değerleme, Ücret Yönetimi ve Ödüllendirme
	İş değerlendirme kavramını, yöntemlerini ve önemini bilir.
	Ücret yönetimine ilişkin temel kavramları, ücret sistemlerini bilir.

		Ödüllendirme kavramını türlerini ve önemini bilir.	
		İşçi Sağlığı ve Güvenliği	
		İşçi sağlığı ve iş güvenliğine ilişkin temel kavramları bilir.	
		İşçi sağlığı ve iş güvenliğinin önemini ve yönetimini bilir.	
		İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutu	
		İş hukukunda ki temel kavramları bilir	
		İş sözleşmesi türlerini ve düzenlenmesini bilir.	
		İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutu	
		İş sözleşmesinin nasıl sona ereceğini (fesih türlerini) bilir.	
		İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutu	
		Toplu iş sözleşmesine ilişkin temel kavramları bilir	
		Toplu iş pazarlık sürecini ve anlaşmazlıkları bilir.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İnsan Kaynakları Yönetimi' nin Tarihçesi	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
3	3. Hafta	İnsan Kaynakları Yönetimi İle İlgili kavram ve İlkeler	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
4	4. Hafta	İş Analizi ve İş Tasarımı	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
5	5. Hafta	İnsan Kaynakları Planlaması	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
6	6. Hafta	İnsan Kaynakları Tedarik ve Seçimi	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
7	7. Hafta	Eğitim ve Geliştirme	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kariyer Geliştirme	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
10	10. Hafta	Performans Yönetimi	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
11	11 Hafta	İş Değerleme, Ücret Yönetimi ve Ödüllendirme	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
12	12. Hafta	İşçi Sağlığı ve Güvenliği	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
13	13. Hafta	İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutu	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
14	14. Hafta	İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutu	PY2, PY4, PY9, PY11, PY12
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		Aşağıdakilerden hangisi reklamın işlevlerinden biri değildir. Bilgi Verme İşlevi İkna Etme İşlevi Hatırlatma İşlevi Değer Katma İşlevi Karlılık İşlevi	

Cevap Anahtarı	Karlılık İşlevi
Kaynak Kitap	Eleştirel İnsan Kaynakları Yönetimi, Abdurrahman ŞAHİN, Anı Yayıncılık
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİR203 REKLAMCILIĞA GİRİŞ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır Polat
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	Hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 13.00 – 15.45
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Reklamcılığın tanımı, sınıflandırılması, yönetimi, araçları gibi temel reklamcılık kavramları ile ilgili bilgilerin aktarılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Reklamın tanımı, kapsamı ve tarihsel gelişimi Reklam tanımı ve kapsamı hakkında bilgi sahibidir Dünya’da ve Türkiye’de reklamcılığın tarihsel gelişimini bilir Reklamcılığın gelişmesini sağlayan etkenleri bilir Reklamın fonksiyonları hakkında bilgi sahibidir Reklamın işletmelere sağladığı faydaları değerlendirebilir İletişim ve reklam İletişimin özellikleri, unsurları ve fonksiyonları hakkında bilgi sahibidir Tek yönlü ve iki yönlü iletişim sürecini bilir Reklamda iletişim sürecini bilir Reklamın sınıflandırılması Reklam sınıflandırmaları hakkında bilgi sahibidir Uygulanan strateji açısından reklam sınıflandırmalarını açıklayabilir Reklam yönetimi Reklam planlaması hakkında bilgi sahibidir Reklam hedeflerini bilir Reklam bütçesinin belirlenmesinde kullanılan yöntemleri bilir Reklam bütçesinin belirlenmesinde etkili faktörleri bilir Reklam kuralları hakkında bilgi sahibidir İletişim planlaması İletişim planlaması hakkında bilgi sahibidir Reklam mesajı belirlenmesini bilir Reklam araçları ve belirlenmesi sürecine hakimdir Reklam ajansı seçimi ve medya planlaması konularında bilgi sahibidir Reklam öncesi ve sonrası satış etkinliği ölçümü hakkında bilgi sahibidir. Kampanya kavramı Reklam kampanyası kavramı hakkında bilgi sahibidir Reklam kampanyası oluşum sürecini bilir Reklam kampanyalarında kullanılan yaratıcı stratejiler hakkında bilgi sahibidir Reklam araçları Reklam aracı olarak televizyonun güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirebilir İçerik açısından televizyon reklamı türlerini bilir Televizyon reklamlarında kullanılan sanat ekolleri hakkında Televizyon İçin Reklam Üretimi süreci hakkında bilgi sahibidir Reklam araçları Reklam aracı olarak radyonun güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirebilir Radyo reklamı yapım aşaması hakkında bilgi sahibidir Reklam aracı olarak gazetenin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirebilir Gazete reklamı yapım aşaması hakkında bilgi sahibidir İnternet reklamları ve yöntemlerini bilir Reklam araçlarına yönelik prodüksiyon çalışmaları Basılı reklam araçlarında prodüksiyon çalışmaları hakkında bilgi sahibidir Yayın yapan reklam araçlarında prodüksiyon çalışmalarını bilir Reklamın etkileri

		Reklamın tüketiciler üzerindeki etkisini bilir	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Reklamın tanımı, kapsamı ve tahihsel gelişimi	PY2, PY13, PY20
3	3. Hafta	İletişim ve reklam	PY2, PY10, PY13, PY20
4	4. Hafta	Reklamın sınıflandırılması	PY2, PY13, PY20
5	5. Hafta	Reklam yönetimi	PY2, PY13, PY20
6	6. Hafta	İletişim planlaması	PY2, PY10, PY13, PY20
7	7. Hafta	Kampanya kavramı	PY2, PY5, PY13, PY14, PY20
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Reklam araçları	PY2, PY13, PY20
10	10. Hafta	Reklam araçları	PY2, PY13, PY20
11	11 Hafta	Reklam araçlarına yönelik prodüksiyon çalışmaları	PY2, PY13, PY20
12	12. Hafta	Reklamın etkileri	PY2, PY13, PY20
13	13. Hafta	Reklam ve halkla ilişkiler	PY1, PY2, PY3, PY12, PY13, PY20
14	14. Hafta	Reklam etkinliğinin ölçümü	PY2, PY8, PY13, PY20
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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. Müşterilerin reklamla ilgili tüm ihtiyaçlarını karşılayan bağımsız t,car, ajanslara ne ad verilir? A) Tam hizmet ajansı B) Kurum içi ajans C) Şirket ajansı D) Uzman ajans E) Butik ajans 2. Reklamın davranıştan önce algı üzerinde farkındalık, hatırlama gibi zihinsel düzeyde etkileri aşağıdakilerden hangisi ile ilişkilidir? A) Marka denkliği B) Marka genişliği C) Reklam satış etkisi D) Reklamın iletişim etkisi E) İlginlik 3. Aşağıdakilerden hangisi reklam türleri arasında yer almaz? A) Hedef kitlesine göre reklam B) Kaynak kullanımına göre reklam C) Aracına göre reklam D) Demografik alana göre reklam E) Amacına göre reklam	
Cevap Anahtarı		A-D-D	
Kaynak Kitap		Kitap Adı: Reklamcılık Kavram – Araçlar – Yönetim, Yazar/Editör: <u>Dr. Gıyasettin Tayfur, Doç. Dr. Mustafa Kemal Yılmaz</u> Yayınevi: Eğitim Yayınevi Yayın Yılı: 2018 Baskı: 6	

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kitap Adı: Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar Yazar/Editör: Müge Elden , Füsun Kocabaş Yayınevi: İletişim Yayıncılık Yayın Yılı: 2015
--	---

HİR205 İLETİŞİM KURAMLARI

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/20		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Cuma 09.30 – 12.15		
Derslik	2/22		
Dersin Amacı	Bu dersin amaçları şu şekildedir; 1)Medya teorilerinin tarihsel gelişimini ve bunların medyayla bağlantılı önemli sosyal, siyasi ve teknolojik gelişmelerle olan ilişkisini anlamak. 2) Kitle iletişim teorilerinin gücü ve sınırlılıklarını kavramak ve bu teorileri araştırma ve uygulamada kullanabilmek. 3) Kitle iletişim teorilerinin toplumsal çerçevedeki geçerliliğini kavramak. 4) Kitle iletişiminin doğruyu ve gerçeği kavramamız açısından oynadığı büyük rolü görebilmek. 5) Kitle iletişime dair gündelik meselelere eleştirel yönden bakabilmek		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kuramların Tarihsel Gelişimi		
	Kitle iletişim kuramlarının kökenini açıklayabilmek.		
	Kitle iletişim kuramlarının tarihsel gelişimini açıklayabilmek		
	İletiye dair kuramlar		
	İletiye dair kuramları eleştirebilmek		
	İletiye dair kuramlar hakkında örnekler vermek		
	Ana Akım Yaklaşımlarınca Geliştirilen Temel Kuramlar		
	Propaganda hakkında örnek verebilmek		
	Sihirli Mermi açıklayabilmek		
	Hipodermik iğne kuramını eleştirel olarak değerlendirebilmek		
	Festinger'in Bilişsel Çelişki Kuramı		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	ABX Denge Modeli		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	Westley-MacLean'ınAracılanmış İletişim Modeli		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	Riley ve Riley Modeli		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	H. A. Innis'in Yaklaşımı		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	McLuhan'ın Yaklaşımı, Barthes yaklaşımı		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	Frankfurt Okulu		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	İletişimle İlgili İlk Alan Araştırmaları ve İki Aşamalı Akış Modeli		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	Shanon ve Weaver'ın Enformasyon Kuramı		
	Kuram hakkında açıklama yapabilme		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
	Lasswell'in Genel İletişim Modeli -Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı		
	Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Kuramların Tarihsel Gelişimi	PY7
3	3. Hafta	İletiye dair kuramlar	PY7

4	4. Hafta	Ana Akım Yaklaşımlarınca Geliştirilen Temel Kuramlar	PY7
5	5. Hafta	Festinger'in Bilişsel Çelişki Kuramı	PY7
6	6. Hafta	ABX Denge Modeli	PY7
7	7. Hafta	Westley-MacLean'ın Aracılanmış İletişim Modeli	PY7
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Riley ve Riley Modeli	PY7
10	10. Hafta	H. A. Innis'in Yaklaşımı	PY7
11	11 Hafta	McLuhan'ın Yaklaşımı, Barthes yaklaşımı	PY7
12	12. Hafta	Frankfurt Okulu	PY7
13	13. Hafta	İletişimle İlgili İlk Alan Araştırmaları ve İki Aşamalı Akış Modeli	PY7
14	14. Hafta	Shanon ve Weaver'ın Enformasyon Kuramı	PY7
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		Soru1: Riley ve Riley'in iletişim modelinin diğer iletişim modellerinden farkı aşağıdakilerden hangisidir? Soru2: Farklı yaklaşımları bir araya getiren, nicel ve nitel veri toplama yöntemlerinin birlikte kullanıldığı araştırma yaklaşımı aşağıdakilerden hangisidir? Soru3:Z. Brzezinski'nin, İki Çağ Arasında: Teknotronik Çağda Amerika'nın Rolü isimli kitabına göre; enformasyonun yeni bir toplum yaratacağını öne sürdüğü teknotronik çağda yeni gerçeklik aşağıdakilerden hangisidir? Soru4:Ortalama insanlara göre medyayı ve siyasal gelişmeleri daha çok takip eden, halk arasında eğitim ya da yaşam deneyimi fazla olan, kuvvetli öngörüye sahip saygınlığı olan dolayısıyla grubu etkileme gücü olan kişilere ne ad verilir?	
Cevap Anahtarı		Cevap1:Karşılıklı mesaj alış verişi yapması Cevap2:Çoklu yöntem Cevap3:Küresel Kent Cevap4:Kanaat önderi	
Kaynak Kitap		Kadife Karanlık-1 Kadife Karanlık-2	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİR207 MEDYA OKUR YAZARLIĞI

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı - Çarşamba
E-posta	fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13.00 – 15.45
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Geleneksel ve dijital medya içerikleri üzerine eleştirel düşünmeyi beraberinde getiren bu dersin amacı medyanın toplumsal, kültürel ve ekonomik yaşama etkileri ve gücü hakkında öğrencilerin bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.
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 aşılamacı 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.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Medya okuryazarlığı kavramı	PY2-PY19
3	3. Hafta	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi	PY2-PY19
4	4. Hafta	Medya okuryazarlığının Türkiye’deki gelişimi	PY2-PY19
5	5. Hafta	Medya okuryazarlığı temel yaklaşımlar	PY2-PY19
6	6. Hafta	Geleneksel medya okuryazarlığından ve dijital okuryazarlığa	PY10-PY19
7	7. Hafta	Basılı medya metinleri içerik çözümlemesi	PY19
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Elektronik “radyo, televizyon, sinema” medyada içerik çözümleme	PY-14-PY19
10	10. Hafta	Dijital medyada içerik çözümleme	PY14-PY19
11	11. Hafta	Bilginin kalitesi üzerine etki eden sorunlar	PY11-PY19
12	12. Hafta	Medyada yalan – yanlış bilgi sorunu	PY11-PY19
13	13. Hafta	Bilgi ve haber doğrulama platformları	PY19
14	14. Hafta	Elektronik “radyo, televizyon, sinema” medyada içerik çözümleme	PY-14-PY19
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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. Sosyal medya ortamları doğru habere ulaşmada güvenilir bir kaynak mıdır? Örneklerle açıklayınız. 2. Medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitim kavramları sizin için neyi ifade etmektedir? 3. Medyada yer alan yalan haber ve yanlış bilgi sorununa, “haber doğrulama”- “factcheck” platformlarının bir çözüm oluşturduğunu düşünüyor musunuz. Örneklerle açıklayınız.	
Cevap Anahtarı		Dolayısıyla bu durum, çocukların medya konusunda eğitim almalarının önemini ve verilecek eğitimin de mütemadiyen güncellenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Alandaki öncü ülkelerde sürdürülen bu çalışmalar, "medya okuryazarlığı" eğitimi olarak adlandırılmaktadır. CEVAP 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 ÷lkede 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 g÷re dağılımını da içeren araştırma verilerine g÷re Afrika kıtasında 5, Asya'da 9, Avustralya'da 1, Avrupa'da 39, Kuzey Amerika'da 50 ve G÷ney Amerika'da 10 girişim faaliyet g÷stermektedir (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 öz÷m olarak teyit-doğrulama platformları da ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Medyada yer alan yalan haber ve yanlış bilgi sorununa haber doğrulama platformları alternatif bir öz÷m yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır.
Kaynak Kitap	Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi, Dr. İbrahim E. Bilici, Nobel Akademik Yayıncılık
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Medya Okuryazarlığı-Elkitabı, Kemal İnal , Ütopya Yayınevi , Medya Okuryazarlığı, Doç. Dr. Meltem Bostancı, Nobel Akademik Yayıncılık

HİR211 MESLEKİ YABANCI DİL I

Öğretim Görevlisi	Ogr. Gör. Mete Sen
Oda Numarası	Zemin 17
Ofis Saatleri	Pazartesi - cuma
E-posta	Mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 09.30 – 12.15
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere iletişim alanında orta ve ileri düzeyde İngilizce okuma, yazma ve konuşma becerilerini kazandırmaktır. Bu ders öğrencilerin İngilizce dilinde iletişim ve etkileşim kurmak için gerekli becerileri profesyonel bir şekilde geliştirmelerini sağlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İngilizce temel cümle yapıları, isim cümleleri İngilizce temel cümle yapılarını öğrenir. İngilizce de olumlu, olumsuz ve soru cümle yapılarını ayırt eder. İsim cümleleri ile fiil cümleleri arasındaki farkları kavrar. Temel isim cümleleri ile kendini ifade edebilir. İngilizce şimdiki zaman cümle yapıları (Presentcontinuous tense - I am doing) İngilizce şimdiki zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce şimdiki zaman olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. Şimdiki zamanda kullanılan şahıs ve fiil eklerini öğrenir. İngilizce dilinde şimdiki zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizcede geniş zaman cümle yapıları- (Presentsimple tense-I do) İngilizce geniş zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce geniş zaman olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. İngilizce geniş zamanda kullanılan şahıs ve fiil eklerini öğrenir. İngilizce dilinde geniş zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizcede gelecek zaman cümle yapıları (Futuretenses-be goingto/will) İngilizce gelecek zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce gelecek zaman olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. İngilizce basit gelecek zaman ile kesin gelecek zaman arasındaki farkları ayırt edebilir. İngilizce dilinde geniş zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizcede basit geçmiş zaman cümle yapıları (Pastsimpletense- I did) İngilizce basit geçmiş zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce basit geçmiş zamanda olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. İngilizce dilinde geniş zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizce geçmiş zaman yapıları (Pastcontinuous tense-I wasdoing) İngilizce geçmişte devam eden zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce geçmişte devam eden zamanda olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. İngilizce geçmişte devam eden zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizce geçmiş zaman yapıları (Presentperfect tense- I havedone) İngilizce yakın geçmiş zaman cümle yapılarını tanır. İngilizce yakın geçmiş zamanda olumlu, olumsuz ve soru cümlelerini ayırt eder. İngilizce yakın geçmiş zaman cümle yapılarıyla kendini ifade edebilir. İngilizce farklı geçmiş zaman cümle yapılarının anlatım özelliklerini ve aralarındaki anlam farklarını ayırt edebilir. İngilizce kipler (Modals-might/can/could) İngilizce olasılık bildiren cümle yapılarını tanır. İngilizce yapabilme edebilme ifadelerini öğrenir. İngilizce olasılık ve yetenek bildiren ifadeleri kullanarak kendisini ifade edebilir. İngilizce kipler (Modals-must/should/haveto) İngilizce zorunluluk bildiren ifadeleri öğrenir. İngilizce zorunluluk derecesine göre hangi kipin kullanılması gerektiğini kavrar. İngilizce zorunluluk ifadeleri ile kendi durumunu açıklayabilir.

		İngilizce kipler (Modals-wouldliketo/I useto)	
		İngilizce dilinde bir şeyleri yapmak istediğini veya yapmayı sevmediğini ifade etmeyi öğrenir.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İngilizce temel cümle yapıları, isim cümleleri	PY8-PY10
3	3. Hafta	İngilizce şimdiki zaman cümle yapıları (Presentcontinious tense - I am doing)	PY8-PY10
4	4. Hafta	İngilizcede geniş zaman cümle yapıları- (Presentsimple tense-I do)	PY8-PY10
5	5. Hafta	İngilizcede gelecek zaman cümle yapıları (Futuretenses-be goingto/will)	PY8-PY10
6	6. Hafta	İngilizcede basit geçmiş zaman cümle yapıları (Pastsimpletense-I did)	PY8-PY10
7	7. Hafta	İngilizce geçmiş zaman yapıları (Pastcontinious tense-I wasdoing)	PY8-PY10
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	İngilizce geçmiş zaman yapıları (Presentperfect tense- I havedone)	PY8-PY10
10	10. Hafta	İngilizce kipler (Modals-might/can/could)	PY8-PY10
11	11 Hafta	İngilizce kipler (Modals-must/should/haveto)	PY8-PY10
12	12. Hafta	İngilizce kipler (Modals-wouldliketo/I useto)	PY8-PY10
13	13. Hafta	İngilizce kipler (Modals-wouldliketo/I useto)	PY8-PY10
14	14. Hafta	İngilizce bulunma durumları (There is/therewas/therewill be)	PY8-PY10
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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. I knowyoulikerockmusic but I don'tlike.... Aşağıdakilerden hangisi yukarıdaki cümleyi doğru şekilde tamamlar? a) him b) you c) it d) me e) her 2. It..... be OK to take a week's vacation in August but you need to ask Your boss first. Aşağıdakilerden hangisi yukarıdaki cümleyi doğru şekilde tamamlar? a) must b) has to c) better d) could e) use to be 3. Doctors say smoking is a badthing. Youshould_____smoking. Aşağıdakilerden hangisi yukarıdaki cümleyi doğru şekilde tamamlar? a) try b) start c) give up d) drink	

	e) do 4 anygood French restaurants in myneighborhood. Aşağıdakilerden hangisi yukarıdaki cümleyi doğru şekilde tamamlar? a) There are b) There were c) There will be d) There are not e) There won't be 5. It is _____learnEnglishtowork in a foreigncountry. Aşağıdakilerden hangisi yukarıdaki cümleyi doğru şekilde tamamlar? a) Important to b) late to c) not necessary to d) difficult to e) expensive to
Cevap Anahtarı	1)c, 2)d, 3)c, 4)d, 5)a, 6)a, 7)a, 8)e
Kaynak Kitap	Essential Grammar In Use, Raymond Murphy, Cambridge UniversityPress
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Business Start-up 1, Mark Ibbotson, Cambridge UnivetsityPress

HİR213 KURUM KÜLTÜRÜ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın
Oda Numarası	2/15
Ofis Saatleri	Pazartesi - Salı
E-posta	umur.ashkin@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 9.30 – 12.15
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Örgütlerde kurum kültürünün rolünü, kültürün kurumları nasıl ve neden değiştirdiğini anlamayı sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kurum Kültürünün Tarihsel Gelişimi
	Kurum kültürünün gelişim sürecini açıklar.
	Kurum kültürü yönetim teorilerini yorumlar.
	Kurum Kültürü Kavramı
	Kültür kavramını açıklar.
	Kurum kültürü kavramını tartışır.
	Kurum kültürü fonksiyonları sınıflandırır.
	Kurum kültürü yararlarını açıklar.
	Kurum Kültürünü Oluşturan Faktörler
	Kurum kültürünü oluşturan faktörleri açıklar.
	Kurum kültürünü oluşturan faktörleri tartışır.
	Kurum Kültürü Sınıflandırmaları
	Kurum kültürünün yapısını tanımlar.
	Kurum kültürünün olumlu ve olumsuz etkilerini irdeler.
	Kurum kültürünü farklı yaklaşımlara göre sınıflandırır.
	Kurumsal Davranış
	Kurum kültürünün biçimlerini betimler.
	Kurumsal davranışı açıklar.
	Kurumsal davranışın diğer disiplinlerle ilişkisini tartışır.
	Kurumsal Davranış türlerini sınıflandırır.
	Kurumsal İmaj
	Kurumsal imaj kavramını tanımlar.
	Kurumsal imajın önemini ifade eder.
	Kurumsal imajın yönetimini açıklar.
	Kurum kültürü ile kurumsal imaj arasındaki ilişkiyi yorumlar.
	Kurumsal İtibar
	Kurumsal itibar kavramını açıklar.
	Kurumsal itibarın kurumlara sağladığı avantajları sıralar.
	Kurumsal itibar, imaj, kimlik ve kültür kavramlarını ayırt eder.
	Kurumlar için itibar yönetimini önemini kavrar.
	Kurumsal Marka
	Kurumsal marka kavramını tanımlar.
	Kurumsal marka yönetimini açıklar.
	Kurumsal marka için sosyal sorumluluğun önemi ifade eder.
	Kurum Kültürü Yönetimi
	Kurum Kültürünün geliştirilmesi ve yönetilmesini açıklar
	Kurum kültürünün korunmasında kullanılan yöntemler sıralar
	Kurum kültürünün değiştirilmesi sürecini ifade eder.
	Kurum kültüründeğişime direnç nedenleri açıklar.
	Kurum kültüründirenci kırma yöntemleri tartışır.
	Kurum kültürünün değişimde kullanılan stratejiler sıralar.
	Kurum kültürünün temel işlevleri ve sonuçları
	Kurum kültürünün oluşumunu açıklar.
	Kurum kültürünün işlevlerini sıralar.
	Kurum kültürünün çalışanlar açısından temel işlevlerini açıklar.

		Kurum kültürünün kurumlar açısından temel işlevlerini açıklar.	
Hafta-Tarih			Program Yeterliliği
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Kurum Kültürünün Tarihsel Gelişimi	PY1
3	3. Hafta	Kurum Kültürü Kavramı	
4	4. Hafta	Kurum Kültürünü Oluşturan Faktörler	PY11
5	5. Hafta	Kurum Kültürü Sınıflandırmaları	PY17
6	6. Hafta	Kurum Kültürü Sınıflandırmaları	PY17
7	7. Hafta	Kurumsal Davranış	PY2-PY3-PY10-PY13-PY15
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kurumsal İmaj	PY9-PY12
10	10. Hafta	Kurumsal İtibar	PY7
11	11. Hafta	Kurumsal Marka	PY14-PY16
12	12. Hafta	Kurum Kültürü Yönetimi	PY4-PY6
13	13. Hafta	Kurum Kültürü Yönetimi	PY4-PY6
14	14. Hafta	Kurum kültürünün temel işlevleri ve sonuçları	PY18
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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. Örgütün içindeki insanların davranışlarını yönlendiren, normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar sistemi.” ifadesiyle anlatılmak istenilen kavram aşağıdakilerden hangisidir? a. Maddikültür b. Örgüt kültürü c. Manevikültür d. Alt kültür e. Baskın kültür 2. Belirli bir zaman içerisinde sistemin kendisine mal ettiği, bilinçaltı düzeyde de doğru kabul edilen ve üzerinde kuşku duyulmayan temel varoluş ilkeleri olarak insan etkileşimine yön verirler.” ifadesiyle anlatılmak istenilen aşağıdakilerden hangisidir? a. Varsayımlar b. Normlar c. İnançlar d. Semboller e. Mit, hikâye ve efsaneler 3. “Örgüt içerisindeki birtakım faktörler, değerler ve duygusal anlatımların iletilmesini mümkün kılan ve göründüklerinden daha fazla anlam yüklü nesneler, objeler veya eylemler olarak ifade edilebilir.” ifadesiyle anlatılmak istenilen aşağıdakilerden hangisidir? a. Semboller b. Mit, hikâye ve efsaneler c. Liderler ve kahramanlar d. Loganlar E Dil 4. Aşağıdakilerden hangisi adokrasi kültürünün belirgin özelliklerinden biridir? a. Geleneklere sahip çıkma b. Atiklik c. Yaratıcılık d. Uyum yeteneği	

	e. Dinamizm 5. Denison ve Spreitzer yaklaşımındaki hangi kültür Deshpande ve arkadaşlarının sınıflandırmasında yer alan klan kültürüyle örtüşmektedir? a. Gelişim kültürü b. Grup kültürü c. Hiyerarşi kültürü d. Rasyonel kültür e. İş birliği kültürü 6. Kurumsal markanın en önemli boyutu aşağıdakilerden hangisidir? a. Marka kişiliği ve kimliği b. Marka farkındalığı ve konumlandırma c. Marka değer ve imajı d. Markanın hatırlanması ve kalitesi e. Marka sadakat ve güvenirliliği 7. Kriz sırasında kurum kültürü, yaşanan zorluk ile kurum arasında aşağıdaki görevlerden hangisini üstlenir? a. Yasak b. Yönlendirme c. Filtre d. Büyüteç e. Kaldıraç
Cevap Anahtarı	1-b, 2-a, 3-a, 4-a, 5-e, 6-d, 7-c
Kaynak Kitap	Yazar/Editör: VURAL, Z. Beril Akıncı. Kurum Kültürü, İstanbul:İletişim Yayınları, 2018
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kurum Kültürü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2016

HİR215 İKNA TEORİLERİ

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/20		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	Murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	2025-2026 Güz döneminde açılmayacak		
Derslik	2/03		
Dersin Amacı	Günlük hayatta kullandığımız iletişim sürecinden özel alanlarda kullandığımız iletişime kadar iknanın gücü ve önemi, iknada kişisel öğeler ve medyanın ikna etmedeki rolü ön plana çıkmaktadır. İşte bu nedenle ikna edici iletişim dersi ile ikna etme sürecinin işleyişi ve bu sürecin ne denli önemli olduğu ifade edilmektedir. Aristo ile başlayan iknanın boyutları, iknada tutarlılık kuramları, kitle iletişim araçları ve ikna, ikna edici kampanyalar ve yine hedef kitlelere ulaşmada iknanın önemi, ikna edici iletişimin yapısal özellikleri dersin temel konularını oluşturmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	İkna Kavramı, İkna Süreci		
	İkna kavramını açıklayabilme		
	Rıza üretim süreçlerini analiz etme		
	Medya da ikna türlerine örnek verebilme		
	İknada kaynağın özellikleri, güvenilirliği, ilgi		
	İkna kaynağının özelliklerini belirleyebilme		
	İkna kaynaklarının analizini ederek doğruluk süreçlerini tanımlama		
	İknada hedef kitlenin ve mesajın özellikleri		
	Hedef kitle analizi yapabilme		
	İkna mesajı oluşturabilme		
	Aristoteles ve retorik		
	Aristoteles in kuramlarını günümüz örnekleri ile açıklayabilme		
	Tutum kavramı ve tutum değişimi		
	Tutum kavramını açıklayabilme		
	Tutumun süreçsel analiz değişimini yapabilme		
	Davranış ve davranışı açıklayan kuramlar		
	Davranış kavramını açıklayabilme		
	Davranış ve ikna arasındaki ilişkiyi sentezleyebilme		
	Motivasyonel ikna kuramları, temel motivasyon kuramları, hedonizm,psikanalizm, etki-tepki kuram ve yaklaşımları		
	Sosyal medya mesajlarını hedonizm perspektifinde açıklayabilme		
	Motivasyon kuramlarını sınıflandırabilme		
	Temel kişilik kuramları ve kuramcıları (Freud, Alfred Adler, Carl GustaveJung, EricBerne, Karen Horney)		
	Temel kişilik kuramlarını açıklayabilme		
	Temel kişilik kuramlarının medyadaki temsilini analiz edebilme		
	İhtiyaç kuramları ve kuramcıları (Maslow, Alderfer, Heizerberg, Murray, McClelland ve Atkinson)		
	İhtiyaç kuramlarını açıklayabilme		
	İhtiyaç kuramlarının medyadaki temsilini analiz edebilme		
	Zihinsel kuramlar, değer ve beklenti kuramları (Wroom, Porter ve Lawler, Locke, Adams)		
	Zihinsel kişilik kuramlarını açıklayabilme		
	Zihinsel kişilik kuramlarının medyadaki temsilini analiz edebilme		
	Zihinsel Kuramlar, denge ve uyum kuramları (Piaget, Heider, Festinger)		
	Denge ve uyum kuramlarını karşılaştırabilme		
	Piaget in kuramlarını açıklayabilme		
Hafta-Tarih			Program Yeterliliği
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	

2	2. Hafta	İkna Kavramı, İkna Süreci	PY7-PY15-PY17
3	3. Hafta	İknada kaynağın özellikleri, güvenilirliği, ilgi	PY7-PY15-PY17
4	4. Hafta	İknada hedef kitlenin ve mesajın özellikleri	PY7-PY15-PY17
5	5. Hafta	Aristoteles ve retorik	PY7-PY15-PY17
6	6. Hafta	Tutum kavramı ve tutum değişimi	PY7-PY15-PY17
7	7. Hafta	Davranış ve davranışı açıklayan kuramlar	PY7-PY15-PY17
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Motivasyonel ikna kuramları, temel motivasyon kuramları, hedonizm,psikanalizm, etki-tepki kuram ve yaklaşımları	PY7-PY15-PY17
10	10. Hafta	Temel kişilik kuramları ve kuramcıları (Freud, Alfred Adler, Carl GustaveJung, EricBerne, Karen Horney	PY7-PY15-PY17
11	11 Hafta	Motivasyonel ikna kuramları, temel motivasyon kuramları, hedonizm,psikanalizm, etki-tepki kuram ve yaklaşımları	PY7-PY15-PY17
12	12. Hafta	Zihinsel kuramlar, değer ve beklenti kuramları (Wroom, Porter ve Lawler, Locke, Adams)	PY7-PY15-PY17
13	13. Hafta	İhtiyaç kuramları ve kuramcıları (Maslow, Alderfer, Heizberg, Murray, McClelland ve Atkinson)	PY7-PY15-PY17
14	14. Hafta	Zihinsel kuramlar, değer ve beklenti kuramları (Wroom, Porter ve Lawler, Locke, Adams)	PY7-PY15-PY17
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		Soru1: Retorik isimli çalışma kime aittir? Soru2:İnsanları bir konuda ikna etmek için, mantığa seslenen ve entelektüel odaklı yollara dayalı bir şekilde yazılmış bir köşe yazısı hangi ikna edici iletişim türüdür? Soru3: Hangi aygıtın işlemesi ile ölçümlerin sonucu kendiliğinde gösterir?	
Cevap Anahtarı		Cevap1:Aristoteles Cevap2:Alkılıcı kanıt Cevap3:Gösterge	
Kaynak Kitap		Ergeç, N. E. (2004). Televizyon reklamlarına yönelik şüphe: ikna bilgi modelinin yorumlanması. nuketergeç.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 35(01).	

HİR217 GRAFİK TASARIM I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Zuhâl Koca
Oda Numarası	Z-44
Ofis Saatleri	Çarşamba - Cuma
E-posta	zuhal.koca@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 10.30 – 12.15 Cuma 16.00
Derslik	Labaratuvar II
Dersin Amacı	Dijital ortamda grafik tasarımın temellerini kavratmak, alanda kullanılan yazılımları tanıtmak, piksel tabanlı ve vektörel tasarım programlarının yaygın örnekleri üzerinde uygulama yapmak ve örnek tasarımlar ile dersin kavranması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Grafik Tasarımında Temel Kavramlar
	Grafik türleri, piksel ve vektörel resimler hakkında bilgi edinilmesi
	Grafik tasarımının kullanım alanları, en yaygın kullanılan yazılımlar ve bu yazılımların özelliklerinin kavranması
	Grafik tasarımında kullanılan ölçü birimleri hakkında bilgi edinilmesi
	Piksel Tabanlı Grafik Tasarımına Giriş
	AdobePhotoshop yazılımı, yazılımın kurulması ve ayarlarının yapılması öğrenilmesi
	Photoshoparayüzü ve arayüzün düzenlenmesinin kavranması
	Yeni dosya oluşturma, oluşturulan dosyaların özelliklerinin belirlenmesi hakkında bilgi edinilmesi
	Photoshop Dosya Oluşturma ve Kaydetme
	Photoshop dosyaları üzerinde çalışma, dosyaların kayıt formatlarının kavranması
	PPI, RGB, CMYK gibi temel dosya özelliklerinin kavranması
	File menüsü ve menüdeki komutların kullanılmasının öğrenilmesi
	Araçların Kullanımı
	Photoshop araçlarının (Tools) kullanımının kavranması
	Araç kısayolları ve kombinasyonlarının kavranması
	Araçlara ek özelliklerin kazandırılması hakkında bilgi edinilmesi
	Renklerin Kullanımı
	Renkler üzerinde çalışmanın kavranması
	Renk derinlikleri, çeşitli ayarların ve özelliklerin kavranması
	Mode ve Adjustments komutlarının kullanımının kavranması
	Katmanlar ve Maskelerin Kullanımı
	Katmanlar ve maskelemenin temellerinin kavranması
	Katman ve maskeler üzerinde çeşitli ayarlar yapılması ve bunların kavranması
	Kanallar ve Paths işlevi üzerinde çalışmanın kavranması
	Photoshop Örnek Proje
	Proje için ön çalışmaların yapılması ve bunun önemimin kavranması
	Dosyanın özelliklerinin projeye uygun olarkadüzenlenmesi hakkında bilgi edinilmesi
	Projede ihtiyaç duyulacak grafiklerin web üzerinden edinilmesi hakkında bilgi edinilecektir.
	Photoshop Örnek Proje (Devam)
	Araçların örnek proje üzerinde kullanımının kavranması
	Katmanların düzenlenmesi gruplandırma ile ayarların yapılması
	Katmanların düzenlenmesi gruplandırma ile ayarların yapılması
	Photoshop Örnek Proje (Devam)
	Projede filtrelerin kullanılması hakkında bilgi edinilmesi
	Select komutlarının kullanılmasının

		kavranması	
		Projenin sonlandırılması ve export edilmesinin kavranması	
		Vektörel Tabanlı Grafik Tasarımına Giriş	
		Vektörel grafiklerin özellikleri ve kullanım alanları hakkında bilgi edinilmesi	
		Vektörel grafik tasarımında kullanılan yazılımlar, yaygın kullanılan yazılımların özellikleri	
		AdobeIllustrator yazılımı hakkında bilgi edinilmesi	
		Illustrator ile Dosya Oluşturma Kaydetme	
		Illustratordosyları ile çalışmak, dosyaların özelliklerinin kavranması	
		Temel Çizim Araçlarının kavranması	
		Illustrator'de Renk Kullanımı ve Özellikleri	
		Illustrator Örnek Proje	
		Geometrik nesnelerin çizilmesinin kavranması	
		Nesneler üzerinde silme ve kesme işlemlerinin yapılması	
		Transform özellikleri ve işlemlerinin kavranması	
		Illustrator Örnek Proje (Devam)	
		Yazı araçları üzerinde çalışmanın kavranması	
		Boyama araçları, fırça kullanımı ve fırçalar ile çalışmanın kavranması	
		Deformasyon araçlarının kavranması ve kullanımı hakkında bilgi edinilmesi	
		Illustrator Örnek Proje (Devam)	
		Effect komutlarının proje üzerinde kullanımının kavranması	
		Kaydetme ve export işlemlerinin kavranması	
		Tipografi ile çalışmanın kavranması	
Hafta-Tarih			Program Yeterliliği
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Grafik Tasarımında Temel Kavramlar	
3	3. Hafta	Piksel Tabanlı Grafik Tasarımına Giriş	
4	4. Hafta	Photoshop Dosya Oluşturma ve Kaydetme	
5	5. Hafta	Araçların Kullanımı	
6	6. Hafta	Renklerin Kullanımı	
7	7. Hafta	Katmanlar ve Maskelerin Kullanımı	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Photoshop Örnek Proje (Devam)	
10	10. Hafta	Photoshop Örnek Proje (Devam)	
11	11 Hafta	Vektörel Tabanlı Grafik Tasarımına Giriş	
12	12. Hafta	Illustrator ile Dosya Oluşturma Kaydetme	
13	13. Hafta	Illustrator Örnek Proje	
14	14. Hafta	Illustrator Örnek Proje (Devam)	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		35x50 boyutunda 150 ppi çözünürlükte CMYk renk formunda bir gezi afişi düzenleyiniz. Afişi JPEG formatında export ediniz.	
Cevap Anahtarı			

	NİKSAR SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU ÇANAKKALE GEZİSİ "hadi gençler çanakkale'ye" çanakkale'yi görmeden o topraklara yüz sürmeden topraktaki şehitlerimizin kan kokusunu içimize çekmeden bu dünyadan göçmeyelim. 19:00'da - KYK önünden hareket Gezi Planı 1. Mayıs İstanbul Sultan Ahmet'te 2. Mayıs Sultan Ahmet Börekçisinde Kahvaltı Topkapı Sarayı - Ayasofya Gezisi Kapalıçarşı - Mısır Çarşısı Eminönü Yeni Camii'nde Cuma Namazı Tekne ile Boğaz Turu - Galata Kulesi Trakya'da Konaklama 3. Mayıs Gelibolu - Çanakkale Saroz Körfezi Hava Şartlarına Göre Plaj ve Konaklama 4. Mayıs Çanakkale'den Hareket Bursa'da Öğle Yemeği ve Şehir Turu Akşam Bursa'dan Hareket 5. Mayıs Tur Sabah KYK önünde son bulacaktır sınav stresini atalım neşemize neşe katalım boğazda marifet simit atalım hep beraber çanakkale'de yatalım "simitler onur hoca'dan" HERŞEY DAHİL 199 TL SPONSORLARIMIZ Bütün yolcular yaşam sigortası ile yolculuk yapacaktır. grafik-tasarım: yilmazagca çanakkale'yi geçmeyeceğiz çanakkale'den geçeceğiz...
Kaynak Kitap	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

2. SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR202 ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Saadet Gündüz
Oda Numarası	
Ofis Saatleri	Perşembe
E-posta	Saadet.gunduz@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 09.15 -12.15
Derslik	2/25
Dersin Amacı	Bu ders ile öğrenciye, bireylerin ve/veya grupların örgüt içinde nasıl davrandıklarına ilişkin temel ilkeleri inceleyerek, bu ilkelerin bireysel performansı ve örgütsel etkililiği geliştirme yönünde nasıl kullanabileceğini değerlendirme becerisi.kazandırılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Örgütsel Davranışa Giriş Örgütsel davranış tanımını bilir. Örgütsel davranışın beş temel bağlacını bilir. Örgütsel davranışın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olur. Örgütsel davranışın tarihi gelişimini bilir. Yöneticinin rollerini bilir. Örgütsel Davranışta Araştırma Yöntemleri Örgütsel davranışta araştırma sürecini bilir. Örgüt İçinde Birey ve Kişilik Kişiliği ve İş hayatındaki önemini bilir Kişiliğin oluşumun ve etkileyen faktörleri bilir. Kişiliğin beş büyük boyutunu bilir. Tutum, İş tatmini ve Bireysel Farklılık ve Öğrenme Tutum ve tatmin kavramlarını bilir. İş tatminin öncüllerini bilir. İş tatminin sonuçlarını bilir. Bireyler arasındaki farklılıkların nedenlerini bilir. Yetenek kavramını ve işletmeler için önemini bilir. Örgütsel öğrenme kavramını ve sürecini bilir. Örgüt Kültürü Örgüt Kültürü Kavramını bilir. Örgüt Kültürünü açıklamada kullanılan modelleri bilir. Güçlü kültür, zayıf kültür ve alt kültür kavramlarını bilir. Örgüt kültürünün fonksiyonlarını bilir. Örgütlerde Gruplar Grup kavramını ve dinamiklerini bilir. Grup çeşitlerini bilir Örgütlerde grup yönetiminin önemini bilir. Örgütlerde Gruplar ve Takım Çalışmaları Örgütlerde temel gruplarla çalışma tekniklerini bilir. Takım çeşitlerini bilir. Başarılı takımların özelliklerini bilir. Takım oluşturma sürecini bilir. Takım başarısı değerlendirme yöntemlerini bilir. Örgütlerde Güdüleme Süreci Güdüleme kavramını ve sürecini bilir. Geleneksel güdüleme kuramlarını bilir Modern güdüleme kuramlarını bilir Örgütlerde Liderlik Liderlik kavramını ve temel yaklaşımları bilir. Temel liderlik modellerini bilir. Örgütlerde Çatışma Çatışma kavramını, çıkış nedenlerini, türlerini bilir. Çatışma yönetimi kavramını ve çözüm

		yollarını bilir.	
		Örgütlerde Stres Yönetimi	
		Örgütsel stres kavramını ve kaynaklarını bilir.	
		Örgütsel değişimin neden gerekli olduğunu bilir.	
		Stresi azaltacak temel örgütsel önlemleri bilir.	
		Örgütsel Çevre ve Teknoloji	
		Örgüt çevresinin hangi faktörlerden oluştuğunu bilir.	
		Örgütlerin çevrelerine hangi tepkileri verdiğini bilir.	
		Çevresel belirsizlik kavramını ve önemini bilir.	
		Örgüt- Çevre ilişkisine yönelik temel çalışmaları ve önemini bilir	
		Örgütsel Değişme	
	Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Örgütsel Davranışa Giriş	PY2, PY3, PY10
3	3. Hafta	Örgütsel Davranışta Araştırma Yöntemleri	PY2, PY3, PY10
4	4. Hafta	Örgüt İçinde Birey ve Kişilik	PY2, PY3, PY10
5	5. Hafta	Tutum, İş tatmini ve Bireysel Farklılık ve Öğrenme	PY2, PY3, PY10
6	6. Hafta	Örgüt Kültürü	PY2, PY3, PY10
7	7. Hafta	Örgütlerde Gruplar	PY2, PY3, PY10
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Örgütlerde Gruplar ve Takım Çalışmaları	PY2, PY3, PY10
10	10. Hafta	Örgütlerde Güdüleme Süreci	PY2, PY3, PY10
11	11 Hafta	Örgütlerde Liderlik	PY2, PY3, PY10
12	12. Hafta	Örgütlerde Çatışma	PY2, PY3, PY10
13	13. Hafta	Örgütlerde Stres Yönetimi	PY2, PY3, PY10
14	14. Hafta	Örgütsel Çevre ve Teknoloji	PY2, PY3, PY10
		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	Aşağıdakilerden hangisi iş tatminini etkileyen temel unsurlardan biri değildir? a. Ücret b. Çalışma arkadaşları c. İşin özellikleri d. Terfi imkanları e. Çalışanın eğitim durumu	
	Cevap Anahtarı	1 –E	
	Kaynak Kitap	Kitap Adı: Örgütsel Davranış Yazar/Editör: Enver ÖZKALP, Çiğdem KIREL Yayınevi Ekin Yayın Yılı: 2018 Baskı:8. Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar: 1-732	
	Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		

HİR204 EKONOMİ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın
Oda Numarası	2/15
Ofis Saatleri	Pazatesi - Çarşamba
E-posta	umur.ashkin@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.15 – 16.15
Derslik	2/25
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.	
	Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İktisadın temel kavramları	PY1-PY2-PY3
3	3. Hafta	İktisadın temel kavramları	PY1-PY2-PY3
4	4. Hafta	Ekonominin temel sorunları	PY2-PY6-PY18-PY20
5	5. Hafta	Ekonomik tercih ve kıtlık kanunu	PY2-PY6-PY18-PY20
6	6. Hafta	Talep ve talebi etkileyen faktörler, talep kayması	PY2-PY6-PY18-PY20
7	7. Hafta	Arz ve arzı etkileyen faktörler, arz kayması	PY2-PY6-PY18-PY20
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Esneklik	PY2-PY6-PY18-PY20
10	10. Hafta	Piyasa dengesi	PY2-PY6-PY18-PY20
11	11 Hafta	Ekonomideki piyasa türleri	PY2-PY6-PY18-PY20
12	12. Hafta	Milli gelir	PY2-PY6-PY18-PY20
13	13. Hafta	Enflasyon	PY2-PY6-PY18-PY20
14	14. Hafta	İstihdam ve işsizlik	PY2-PY6-PY18-PY20
		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 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-) Kaydi 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-) Hepsi 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 d-) 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,2024

HİR206 BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır Polat
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	Hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 09.15 – 12.15
Derslik	2/25
Dersin Amacı	İşletme ve müşteri arasında doğru ve etkin bir iletişim ortamının kurulması, bu iletişimin yönetilmesi ve iletişim sürecinin analiz edilebilmesi için pazarlama iletişim araçlarını bir bütün olarak uygulayabilme ve strateji geliştirebilme becerisinin kazanılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İletişimi kavramı, öğeleri ve pazarlama iletişimi
	İletişim modelleri hakkında bilgi sahibidir
	İletişim türleri, işaret ve anlam kavramlarını bilir
	Pazarlama iletişimi kavramı hakkında bilgi sahibidir
	Pazarlama iletişimi modellerini ve mesaj türlerini bilir
	Bütünleşik pazarlama iletişimi
	Bütünleşik pazarlama iletişimi kapsamını bilir
	Bütünleşik pazarlama iletişiminin gelişme nedenleri hakkında bilgi sahibidir
	Bütünleşik pazarlama iletişiminin yararların sayabilir
	Bütünleşik pazarlama iletişiminde karşılaşılan engeller hakkında fikir sahibidir
	Tutundurma karması uygulamaları I
	Tutundurma karması tanımını ve özelliklerini bilir
	Tutundurma karmasını etkileyen faktörler hakkında bilgi sahibidir
	Reklamın tanımını ve türlerini bilir, mesaj ve medya stratejileri hakkında bilgi sahibidir
	Halkla ilişkiler ve duyurum kavramlarını açıklar
	Halkla ilişkiler ortam ve araçları hakkında bilgi sahibidir
	Tutundurma karması uygulamaları II
	Kişisel satış kavramını bilir
	Satış elemanının sahip olması gereken özellikler hakkında bilgi sahibidir
	Geleneksel ve müşteri odaklı satıcılık hakkında fikir sahibidir
	Satış tutundurma kavramı ve amaçlarını bilir
	Pazarlama karması unsurları ve pazarlama iletişimi I
	Pazarlama karması elemanlarını bilir
	Ürün kavramı ve ürün karar alanları hakkında bilgi sahibidir
	Ürün stili ve ambalajın iletişim yönünü bilir
	Pazarlama karması unsurları ve pazarlama iletişimi II
	Dağıtım ve pazarlama iletişimi ilişkisini bilir
	Fiyatlandırmanın iletişim boyutu hakkında bilgi sahibidir
	Diğer pazarlama iletişimi unsurları I
	Doğrudan pazarlama kavramını açıklar
	Doğrudan pazarlamanın gelişme nedenleri, güçlü ve zayıf yönlerini bilir
	Doğrudan pazarlama teknikleri ve süreci hakkında bilgi sahibidir
	Diğer pazarlama iletişimi unsurları II
	İnternette pazarlama tanımı ve gelişimi hakkında bilgi sahibidir
	İnternette pazarlamanın yararların ve zayıf yönlerini bilir
	İnternette pazarlamayöntemleri ve süreci hakkında bilgi sahibidir
	Diğer pazarlama iletişimi unsurları II
	Sponsorluk kavramını ve gelişme nedenlerini bilir
	Sponsorluğun amaçlarını bilir
	Sponsorluğun güçlü ve zayıf yönleri hakkında bilgi sahibidir
	Marak kavramı ve önemini bilir
	Marka imajı ve marka değeri kavramlarını açıklar
	Diğer pazarlama iletişimi unsurları IV

		Amaca yönelik pazarlamayı tanımlar ve kapsamını bilir	
		Amaca yönelik pazarlama yönelme nedenleri ve karşılaşılan güçlükler hakkında bilgi sahibidir	
		Ticari fuar ve sergi kavramı ve kapsamını bilir	
		Fuar ve sergilerin üstün ve zayıf yönleri hakkında bilgi sahibidir	
		Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlanması ve organizasyonu	
		Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlama süreci hakkında bilgi sahibidir	
		Pazarlama iletişimi etkinliklerinin örgütlenmesinde işlevsel, coğrafi, ürün ve matriks örgütlenme hakkında bilgi sahibidir	
		Pazarlama iletişimi ve etik	
		Etik kavramını bilir	
		Pazarlama iletişiminde etik sorunlar hakkında bilgi sahibidir	
		Bütünleşik pazarlama iletişimi programlarının değerlendirilmesi- Uluslararası örnekler	
		Bütünleşik pazarlama iletişimi programlarının değerlendirilmesinde uluslararası örnekler hakkında bilgi sahibidir	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İletişimi kavramı, öğeleri ve pazarlama iletişimi	PY2
3	3. Hafta	Bütünleşik pazarlama iletişimi	PY2
4	4. Hafta	Tutundurma karması uygulamaları I	PY2, PY5, PY6, PY10, PY13, PY14, PY17, PY20
5	5. Hafta	Tutundurma karması uygulamaları II	PY2, PY12
6	6. Hafta	Pazarlama karması unsurları ve pazarlama iletişimi I	PY2
7	7. Hafta	Pazarlama karması unsurları ve pazarlama iletişimi II	PY2
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Diğer pazarlama iletişimi unsurları I	PY2
10	10. Hafta	Diğer pazarlama iletişimi unsurları II	PY2
11	11. Hafta	Diğer pazarlama iletişimi unsurları III	PY2
12	12. Hafta	Diğer pazarlama iletişimi unsurları IV	PY2
13	13. Hafta	Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlanması ve organizasyonu	PY2
14	14. Hafta	Pazarlama iletişimi ve etik	PY2
		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) Ağızdan ağıza iletişimin ticari bir kaygı gütmemesi, toplumun algısında aşağıdakilerden hangisini uyandırmamaktadır? A) Bağımlı olması B) Güvenilir olması C) Yersiz olması D) Pahalı olması E) Maliyetli olması 2) Ağızdan ağıza iletişimin sanal ortamda gerçekleşmesine ne ad verilir? A) Viral pazarlama B) Sektörel reklam C) Propaganda D) Kişisel satış E) Marka geliştirme	
Cevap Anahtarı		1 – B 2 - A	
Kaynak Kitap		Kitap Adı: Pazarlama İletişimi Yönetimi Yazar/Editör: Yavuz ODABAŞI, Mine OYMAN Yayınevi: Mediacat Yayıncılık	

	Yayın Yılı: 2024 Baskı: 3
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİR208 SİYASAL İLETİŞİM

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Salı – Çarşamba - Perşembe
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.15 – 12.15
Derslik	2/25
Dersin Amacı	Siyasal iletişimle ilgili kavramları ve kuramsal yaklaşımları incelemek. 2. Siyasal iletişimi hem geleneksel hem de eleştirel bir perspektif içerisinde çözümlemek. 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, Türkiyede 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
	Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya adayı tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar.
	Oy kayması sebeplerini inceleme ve araştırma
	Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya adayı tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar.
	Oy verme davranışları ile ilgili mantıksal çerçeve hazırlayabilme
	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

		Dijital toplumların hareket ve etki alanları hakkında örnekler verebilme	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Siyasal iletişimi tanımlama biçimleri. Siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiler.	PY6-PY15-PY16- PY17
3	3. Hafta	Siyasal iletişimin temel aktörleri. Siyasal iletişimin rol ve fonksiyonları.	PY6-PY15-PY16- PY17
4	4. Hafta	Politik meşruiyetin sağlanmasında siyasal iletişimin rolü. Siyasal iletişim ve siyasetin bilimselleşmesi arasındaki ilişkiler.	PY6-PY15-PY16- PY17
5	5. Hafta	Bir siyasal iletişim biçimi olarak retorik ve retorik türleri.	PY6-PY15-PY16- PY17
6	6. Hafta	Günümüzde politik konuşma ve politik konuşma üzerinde medyanın rolü.	PY6-PY15-PY16- PY17
7	7. Hafta	Siyasal kampanyaların işlevleri, Türkiyede seçim kampanyaları ve profesyonelleşme süreci. Siyasetin gösterileşmesi.	PY6-PY15-PY16- PY17
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Siyasal pazarlama.	PY6-PY15-PY16- PY17
10	10. Hafta	Siyasal reklamcılık.	PY6-PY15-PY16- PY17
11	11 Hafta	Siyasal gündem ve siyasal gündemi etkileyen unsurlar.	PY6-PY15-PY16- PY17
12	12. Hafta	Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya adayı tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar.	PY6-PY15-PY16- PY17
13	13. Hafta	Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya adayı tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar	PY6-PY15-PY16- PY17
14	14. Hafta	Sivil Toplum	PY6-PY15-PY16- 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			
Cevap Anahtarı			
Kaynak Kitap			
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİR212 MESLEKİ YABACI DİL II

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Mete Şen
Oda Numarası	Z/42
Ofis Saatleri	
E-posta	mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	2025-2026 bahar döneminde açılmayacaktır.
Derslik	2/25
Dersin Amacı	<i>Bu dersin amacı, öğrencilere iletişim alanında orta ve ileri düzeyde İngilizce okuma, yazma ve konuşma becerilerini kazandırmaktır. Bu ders öğrencilerin İngilizce dilinde iletişim ve etkileşim kurmak için gerekli becerileri profesyonel bir şekilde geliştirmelerini sağlar.</i>
Konu ve İlgili Kazanımlar	<i>Düzenli ve düzensiz fiiller (Regularandirregularverbs)</i>
	İngilizce düzenli fiilleri öğrenir.
	Düzensiz fiillerin 2. Ve 3. hallerini öğrenir.
	Düzensiz fiillerin zamana göre hangi halinin kullanılacağını öğrenir.
	Düzenli fiillerin zamanlara göre çekim eklerini öğrenir.
	Pasif cümle yapıları (is done/was done/ is being done)
	Aktif ve pasif cümlelerin anlamını açıklayabilir.
	İngilizce pasif cümlelerde yardımcı fiilleri ve fiil çekimlerini öğrenir.
	Zamanlara göre yardımcı fiillerin ve fiillerin çekimlerini öğrenir.
	Hangi zamanda hangi şahsa göre hangi yardımcı fiilleri kullanması gerektiğine karar verir.
	Soru kalıpları 1 (Quesitons 1/is it?/haveyou?/Whosawyou?/ Whodidyousee?)
	İngilizce temel soru kalıplarını öğrenir.
	Şahsa ve zamana göre hangi soru ön ekine hangi yardımcı fiilleri kullanacağına karar verir.
	Soru kalıpları 2 (Quesitons 2/how longdoes it take?/Do youknowwhere?)
	Bir işin ne kadar süreceğine yönelik nasıl soru cümlesi oluşturması gerektiğini bilir.
	Bir şahsın ya da nesnenin yerini ve durumunu, niteliğini ve niceliğini öğrenmeye yönelik nasıl soru cümleleri oluşturması gerektiğini öğrenir.
	Aktarmalı konuşmalar (Reportedspeech/He saidthat/he told methat)
	Birisinden duyduğunu bir başkasına nasıl anlatılması gerektiğini öğrenir.
	Aktarmalı konuşmalarda ana cümle ve aktarılan cümlelerde fiillerin hangi hallerini kullanması gerektiğine karar verir.
	Birisinden duyduğu bir olay yada durumu İngilizce olarak bir başka kişiye dil bilgisi kurallarına uygun olarak anlatabilir.
	Zamirler (Pronouns/me/him/them/their/whose/myself/ yourself/themselves)
	İngilizce temel zamirleri tanır.
	Hangi şahısta hangi zaminin kullanılması gerektiğine karar verir.
	Gerektiğinde şahısları belirtmeden doğru zamirleri kullanarak kendini ifade edebilir.
	Sıfatlar ve Zarflar (Adjectivesandadverbs)
	İngilizce temel sıfatları tanır.
	Kişilerde ve durumlarda sıfatların aldığı ekleri ayırt eder.
	İngilizce temel zarfları tanır.
	Gerektiğinde durum bildiren ifadeleri etkili bir şekilde kullanabilir.
	Bağlaçlar (Cunjunctions)
	İngilizce temel bağlaçları öğrenir.
	Zıtlık bildiren bağlaçlarda cümle yapılarının nasıl olması gerektiğini bilir.
	Gerektiğinde doğru bağlaçları kullanarak düzgün cümleler oluşturabilir.
	Edatlar (Prepositions)
	İngilizce temel edatları öğrenir.
	Zaman bildiren ifadelerde hangi edatların ne şekilde kullanıldığını öğrenir.
	Yer bildiren ifadelerde hangi edatların ne şekilde kullanıldığını öğrenir.
	Deyimsel fiiller (Phrasalverbs)

		İngilizce kullanılan temel deyimse fiilleri öğrenir.	
		Deyimse fiillerle cümleler kurabilir, kendini ifade edebilir.	
		Şartlı Cümleler 1 (Conditionalclauses 1)	
		İngilizce şartlı cümle yapılarını öğrenir.	
		Şimdiki zamanda kullanılan şart ifadelerini öğrenir.	
		Geniş zamanda kullanılan şart ifadelerini öğrenir.	
		Şartlı Cümleler 2 (Conditionalclauses 2)	
		Geçmiş zamanda kullanılan şart ifadelerini öğrenir.	
		Varsayımsal şartlı cümlleri öğrenir.	
		Genel dilbilgisi tekrarı (General grammer review)	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Düzenli ve düzensiz fiiller (Regular and irregular verbs)	PY6-PY15-PY16-PY17
3	3. Hafta	Pasif cümle yapıları (is done/was done/ is being done)	PY6-PY15-PY16-PY17
4	4. Hafta	Soru kalıpları 1 (Quesitons 1/is it?/have you?/Who saw you?/Who did you see?)	PY6-PY15-PY16-PY17
5	5. Hafta	Soru kalıpları 2 (Quesitons 2/how long does it take?/Do you know where?)	PY6-PY15-PY16-PY17
6	6. Hafta	Aktarmalı konuşmalar (Reported speech/He said that/he told me that)	PY6-PY15-PY16-PY17
7	7. Hafta	Zamirler (Pronouns/me/him/them/their/whose/myself/yourself/themselves)	PY6-PY15-PY16-PY17
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Sıfatlar ve Zarflar (Adjectives and adverbs)	PY6-PY15-PY16-PY17
10	10. Hafta	Bağlaçlar (Cunjunctions)	PY6-PY15-PY16-PY17
11	11 Hafta	Edatlar (Prepositions)	PY6-PY15-PY16-PY17
12	12. Hafta	Deyimse fiiller (Phrasal verbs)	PY6-PY15-PY16-PY17
13	13. Hafta	Şartlı Cümleler 1 (Conditional clauses 1)	PY6-PY15-PY16-PY17
14	14. Hafta	Şarlı Cümleler 2 (Conditional clauses 2)	PY6-PY15-PY16-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) Aşağıdaki cümlelerim/our/your/his/her/their/its. Uygun olan ile tamamlayınız. -Do youlike..... job? -I knowMrÖzkan, but I don'tknow..... wife. -Ayşe andMustafalive in London..... son lives in Australia. -We'regoingtohave a party. We'regoingtoinviteallfriends. 2) Aşağıdaki sıfatların zıt hallerini yazınız. Old..... good..... large..... pretty..... near..... easy..... old..... strong.....	

Happy

3) Aşağıdaki kişilerin ne dediğine bakın ve ne dediklerini başka bir kişiye he/she/they said taht... kalıbını kullanarak anlatın.



4) Aşağıdaki zaman ifadelerinin önüne at/on/in seçeneklerinden doğru olanı koyunuz.

.....June
.....the evening
.....half past two
.....Wednesday
.....the morning
.....Friday morning
.....Saturday night
.....night
.....the end of the day
.....the weekend 18 winter

Cevap Anahtarı

1) Aşağıdaki cümleleri my/our/your/his/her/their/its. Uygun olan ile tamamlayınız.
-Do you like your job?
-I know Mr Özkan, but I don't know his wife.
-Ayşe and Mustafa live in London, their son lives in Australia.
-We're going to have a party. We're going to invite all our friends.

2) Aşağıdaki sıfatların zıt hallerini yazınız.

Old/young
Good/bad
Large/small
Pretty/ugly
Near/far
Easy/difficult
Old/new
Strong/weak
Happy/sad

3) Aşağıdaki kişilerin ne dediğine bakın ve ne dediklerini başka bir kişiye he/she/they said that... kalıbını kullanarak anlatın.

	 2. She said that she was busy 3. She said that she could not go to the party.
Kaynak Kitap	Essential Grammar in Use, Raymond Murphy, Cambridge University Press
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Business Start-up 1, Mark Ibbotson, Cambridge University Press

HİR214 KAMUOYU ARAŞTIRMALARI

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan		
Oda Numarası	2/16		
Ofis Saatleri	Salı - Çarşamba - Perşembe		
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 09.15 – 12.15		
Derslik	2/25		
Dersin Amacı	Kamuoyu nedir? Kamuoyu araştırması ile ilgili kavram ve uyulması gereken kurallar nelerdir? bir kamuoyu araştırmasının nasıl yapılır? soruları ile ilgili metodolojik bilgilerin öğrenilmesi amaçlanmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kamuoyu araştırmaları		
	Kamuoyu araştırmalarının kapsamını bilir		
	Kamuoyu araştırmalarının amaçları hakkında bilgi sahibidir		
	Kamuoyu araştırmalarının önemi ve türleri		
	Kamuoyu araştırmalarının önemini açıklar		
	Kamuoyu araştırmalarının hakkında bilgi sahibidir		
	Araştırma tasarımı I		
	Kamuoyu araştırma sürecini bilir		
	Araştırma konusunun belirlenmesinde gerekli bilgiye sahiptir		
	Araştırma problemi belirlenmesi konusunu bilir		
	Araştırma tasarımı II		
	Araştırma modelleri ve model belirlenmesi hususunda bilgi sahibidir		
	Araştırma türlerini bilir		
	Örneklem tasarımı I		
	Hedef anakütle ve örnek grup kavramlarını bilir		
	Örneklem teknikleri hakkında bilgi sahibidir		
	Örneklem tasarımı II		
	Örneklem hacminin belirlenmesi hakkında bilgi sahibidir		
	Örneklem oluşturulmasında karşılaşılan sorunları bilir		
	Verli toplama I		
	Kamuoyu araştırmalarında kullanılan veri kaynaklarını bilir		
	Soru formunun tasarımı ve soru türleri hakkında bilgi sahibidir		
	Verli toplama II		
	Soru formundaki ifade yapısı, soru dili, içeriği, sıra ve sayısı konularında bilgi sahibidir		
	Birincil ve ikincil veri kaynaklarını bilir		
	Ölçme I		
	Ölçme kavramını tanımlar		
	Değişken türlerini bilir		
	Ölçme II		
	Veri hazırlama teknikleri hakkında bilgi sahibidir		
	Verilerin analizi		
	Kamuoyu araştırmalarında kullanılan istatistiki teknikleri bilir		
	Kamuoyu araştırmalarının raporlanması ve sunumu		
	Araştırma önerisi ve raporu hazırlanması hakkında bilgi sahibidir		
	Araştırma raporu sunumunu bilir		
	Kamuoyu araştırmalarında etik		
	Kamuoyu araştırmalarında uyulması gereken etik kuralları bilir		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Kamuoyu araştırmaları	PY8
3	3. Hafta	Kamuoyu araştırmalarının önemi ve türleri	PY8
4	4. Hafta	Araştırma tasarımı I	PY8
5	5. Hafta	Araştırma tasarımı II	PY8

6	6. Hafta	Örneklem tasarımı I	PY8
7	7. Hafta	Örneklem tasarımı II	PY8
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Verli toplama I	PY8
10	10. Hafta	Verli toplama II	PY8
11	11 Hafta	Ölçme I	PY8
12	12. Hafta	Ölçme II	PY8
13	13. Hafta	Verilerin analizi	PY8
14	14. Hafta	Kamuoyu araştırmalarının raporlanması ve sunumu	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 final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
	Örnek Sorular	1) Aşağıdakilerden hangisi nitel veri toplama araçlarından değildir? A) Görüşme B) Odak grup görüşmeleri C) Anketler D) Gözlem E) Belge incelemesi 2) Aşağıdakilerden hangisi ikincil veri kaynaklarından birisi değildir? A) Milli kütüphane B) Üniversite kütüphanesi C) İstatistik kurumu D) Firma içi e-posta E) Yüz yüze anket	
	Cevap Anahtarı	C- E	
	Kaynak Kitap	Kamuoyu Araştırmaları Yazar: Pat Callbek Harper , Celinda C. Lake Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğan Yayınevi : Eğitim Kitabevi Yayınları 2008 Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikler Prof. Dr. Aysel AZİZ 12. Baskı 2018 Nobel Akademik Yayıncılık	
	Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kamuoyu Araştırmaları ve Su Tüketim Bilinci Üzerine Bir Uygulama İlknur Esen Yıldırım Nisan 2010 / 1. Baskı	

HİR216 POPÜLER KÜLTÜR

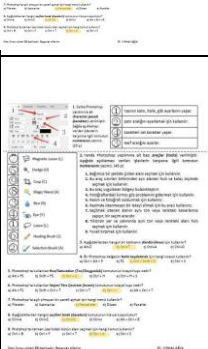
Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/19		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	Murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Perşembe 13. 15 – 16.15		
Derslik	2/25		
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında kültür, popüler kültür, kitle kültürü, kültür endüstrisi, kültürel emperyalizm gibi kavramlar ele alınması amaçlanmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür.		
	İnsan ve toglum ile kültür arasındaki bağı bilir		
	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür		
	Halk olmayan ve halk kültürünü bilir, farklılıklarını kavrar		
	Popüler kültür kavramlarını bilir.		
	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür		
	Yüksek, Halk ve Kitle kültür tiplerini bilir		
	Kültür, bilinç ve ideoloji bağı kavrar		
	Kapitalizm Öncesi Kültürel Tarihçe		
	İlk yaşam biçimleri ve kültürün ortaya nasıl çıktığını bilir		
	İlk imparatorlukları ve kültürün nasıl üretilmeye başladığını bilir		
	Feodak yapı içerisinde kültürün nasıl üretilmeye başladığını bilir		
	Kapitalizm ve Kültür		
	Kapitalizm ve kültür ilişkisini bilir		
	Türkiye de Popüler Kültür		
	Türkiye de Kitle iletişimi yapıları ve üretilen popülerli kavramının nasıl oluştuğunu bilir.		
	Farklı Sektörlerde Popülerlik ve Toplumsal Yansımaları		
	Popüler yiyecek ve içecek örneklerini bilir		
	Farklı Sektörlerde Popülerlik ve Toplumsal Yansımaları		
	Popüler dille satışın nasıl yapıldığını ve örnekleriyle bilir		
	Bağımlılık ve Popüler kültür ilişkisini bilir		
	Siyasal Hayat ve Popüler Kültür		
	Siyasal hayat içerisinde Popüler kültür etkisini bilir.		
	İş Hayatı ve Popüler Kültür		
	İş Hayatı, iş ilişkileri ve İş kazaları ve popüler kültür yansımalarını bilir.		
	Birey ve Popülerite		
	Bireylerin popüler kimliği nasıl oluşur, bilir		
	Kişiler arası iletişim ve Popüler Kültür ilişkisini bilir.		
	Popüler Kültür ün meslek seçimi üzerine etkisini bilir.		
	Popülerleştirilmeyenler		
	Popüler olup popülerleştirilmeyen örnekleri bilir.		
	Kötü popülerleştirilenlerden örnekleri bilir		
	Kuramsal Yaklaşımlar		
	İdealist felsefede kültüre yaklaşımları bilir		
	Marksist felsefede kültüre yaklaşımları bilir.		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür.	
3	3. Hafta	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür	
4	4. Hafta	Kültür, Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür	

5	5. Hafta	Kapitalizm Öncesi Kültürel Tarihçe	
6	6. Hafta	Kapitalizm ve Kültür	
7	7. Hafta	Türkiye de Popüler Kültür	
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Farklı Sektörlerde Popülerlik ve Toplumsal Yansımaları	
10	10. Hafta	Farklı Sektörlerde Popülerlik ve Toplumsal Yansımaları	
11	11 Hafta	Birey ve Popülerite	
12	12. Hafta	İş Hayatı ve Popüler Kültür	
13	13. Hafta	Siyasal Hayat ve Popüler Kültür	
14	14. Hafta	Popülerleştirilmeyenler	
		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. “belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü". Tanım aşağıdaki kavramlardan hangisine aittir. a. Popüler kültür b. Halk kültürü c. Kitle kültürü d. Siyasal Kültür e. Hiçbiri	
	Cevap Anahtarı	Popüler kültür	
	Kaynak Kitap	İrfan Erdoğan Korkmaz Alemdar Popüler Kültür ve İletişim,Erk Yayıncılık, 2005	
	Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		

HİR218 GRAFİK TASARIM II

Öğretim Görevlisi	Oğr. Gor. Zuhall Koca
Oda Numarası	Z-44
Ofis Saatleri	Çarşamba 13.15 – 16.15
E-posta	zuhal.koca@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15 – 16.15
Derslik	Labaratuvar II
Dersin Amacı	Dijital ortamda grafik tasarımın temellerini kavratmak, alanda kullanılan yazılımları tanıtmak, piksel tabanlı ve vektörel tasarım programlarının yaygın örnekleri üzerinde uygulama yapmak ve örnek tasarımlar ile dersin kavranması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Photoshop'ta Döndürme (Transform)
	Bir katmanın nasıl döndürüldüğü kavranacaktır.
	Döndürme işleminin kısayolları, ek özellikler kavranacaktır.
	Nesnelerin döndürülmesinin kullanım alanı ve uygulamaları kavranacaktır
	Maskeleme Yapmak
	Adobe Photoshop yazılımında katman maskeleme ne olduğunun kavranması.
	Maskelemenin farklı kullanım alanları hakkında bilgi edinilmesi
	Maskeleme için uygulamanın yapılması ve kavranması
	Photoshop Kıрма Yapmak
	Photoshop'ta kırma aracının kullanım alanlarının kavranması
	Kırma aracının kullanımı ve bununla ilgili ek ayarların yapılması
	Kırma aracının kullanımı ve bununla ilgili ek ayarların yapılması
	Photoshop'ta Tuval Boyutu
	Tuval boyutunun ayarlanmasının kavranması
	Tuvali genişletmenin kavranması, çözünürlük, PPI gibi bilgilerin edinilmesi
	Resim büyütme ve bununla ilgili ayarların kavranması
	Photoshop'ta Düzen (Edit) Menüsü
	Düzen menüsünün genel hatlarıyla kavranması
	Yapıştırma ve özel yapıştırma seçeneklerinin öğrenilmesi
	Fill, Stroke, Content-Aware Fill komutlarının kullanımının öğrenilmesi
	Photoshop'ta Düzen (Edit) Menüsü
	Warp, Puppet Warp, Perspective Warp komutları ve kullanımının kavranması
	Warp, Puppet Warp, Perspective Warp komutları ve kullanımının kavranması
	Yeni Fırça ve Pattern oluşturulması ve kullanılmasının kavranması
	Photoshop'ta Resim (Image) Menüsü
	Image menüsü altındaki mode ayarlarının kavranması, resim modunun öneminin kavranması
	Ayarlar (Adjustment) kısmının kavranması, detaylı renk ayarlarının nasıl yapıldığının kavranması
	Ayarlar (Adjustment) kısmının kavranması, detaylı renk ayarlarının nasıl yapıldığının kavranması
	Photoshop'ta Resim (Image) Menüsü
	Resim büyüklüğü, tuval büyüklüğü ayarlarının kavranması
	Crop, Trim ayarlarının nasıl yapıldığının kavranması
	Duplicate, Apply Image komutlarının kullanımı ve kavranması
	Photoshop'ta Katmanlar (Layers) Menüsü
	Katmanlar menüsü altında bulunan komutların kullanımı ve kavranması
	Katmanlar menüsü altında bulunan komutların kullanımı ve kavranması
	Katmanlar menüsü altında bulunan komutların kullanımı ve kavranması
	Photoshop'ta Filtreler (Filters) Menüsü
	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması
	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması
	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması
	Photoshop'ta Filtreler (Filters) Menüsü

	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması		
	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması		
	Genel hatlarıyla filtreler menüsünün kullanımının kavranması		
	Photoshop'ta Ayarların Yapılması		
	Preferences manüsü altında bulunan ayarlamaların yapılmasının kavranması		
	Preferences manüsü altında bulunan ayarlamaların yapılmasının kavranması		
	Preferences manüsü altında bulunan ayarlamaların yapılmasının kavranması		
	Photoshop'ta Afiş Tasarımı Projesi		
	Genel hatlarıyla projeye karar verilmesi, örnekler üzerinde tartışma dolayısıyla eleştirel yaklaşımın kavranması,		
	Olması gereken ve olması gerekmeyen biçimsel öğlerin kavranması		
	Projenin tuvalinin hazırlanması		
	Photoshop'ta Afiş Tasarımı Projesi (Devam)		
	Projede kullanılacak materyalin toplanması ve düzenlenmesinin kavranması		
	Projede kullanılacak materyalin toplanması ve düzenlenmesinin kavranması		
	Projede kullanılacak materyalin toplanması ve düzenlenmesinin kavranması		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Photoshop'ta Döndürme (Transform)	PY5, PY9, PY13, PY14, PY16
3	3. Hafta	Maskeleme Yapmak	PY5, PY9, PY13, PY14, PY16
4	4. Hafta	Photoshop Kıрма Yapmak	PY5, PY9, PY13, PY14, PY16
5	5. Hafta	Photoshop'ta Tuval Boyutu	PY5, PY9, PY13, PY14, PY16
6	6. Hafta	Photoshop'ta Düzen (Edit) Menüsü	PY5, PY9, PY13, PY14, PY16
7	7. Hafta	Photoshop'ta Düzen (Edit) Menüsü	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta		
10	10. Hafta	Photoshop'ta Resim (Image) Menüsü	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
11	11 Hafta	Photoshop'ta Katmanlar (Layers) Menüsü	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
12	12. Hafta	Photoshop'ta Filtreler (Filters) Menüsü	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
13	13. Hafta	Photoshop'ta Filtreler (Filters) Menüsü	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
14	14. Hafta	Photoshop'ta Ayarların Yapılması	PU5, PY9, PY13, PY14, PY16
		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			

	
Cevap Anahtarı	
Kaynak Kitap	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

3. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR313 SPONSORLUK

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi
Oda Numarası	2/19
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	Murat.seyfi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 09.30- 12.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Günümüzde ticari kuruluşların pazar payını ve hatta müşteri payını artırma sürecinde başvurduğu tutundurma faaliyetlerinden biri olan sponsorluk uygulamalarının kapsamını, önemini, stratejini öğretmek amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Sponsorluğun Tanımı ve İletişim Sürecindeki Konumu Sponsorluk kavramını tanımlayabilir. Sponsorluk uygulamalarının iletişim sürecindeki konumu kavrar. Sponsorluğun ilişkili olduğu alanları öğrenir. Sponsorluğun Tarihsel Gelişimi Sponsorluğun mesenlik ve bağışçılıktan farklarını öğrenir. Sponsorluğun tarihsel gelişiminde Mesenlik ve Medicilerin önemini kavrar. Sponsorluğun modern dünyadaki sektörel gelişimi öğrenir. Türkiye’de sponsorluğun gelişim seyrini öğrenir. Sponsorluğun İşleyişi ve Yönetimi Sponsorluğun İşleyişi ile ilgili temel teorileri öğrenir. Sponsorluk yönetimi ve planlamasını görür ve yapabilir. Sponsorluk endüstrisinin gelişim sürecinin mantığını kavrar. Sponsorluğun yönetimini gerçekleştirebilir. Sponsorluğun Yapılma Amaçları Sponsorluğun genel amaçlarının neler olduğunu öğrenir. Sponsorluğun reklam ve reklam amaçlarıyla ilişkisini kavrar. Sponsorluğun halkla ilişkiler disiplinin amaçları ile olan ilişkisini kavrar. Sponsorluğun pazarlama disiplinin amaçları ile olan ilişkisini kavrar. Sponsorluk Kategorileri Sponsorluğun sınıflandırılmasını yapabilir. Sponsorluğun sponsor açısından değerlendirilmesini yapabilir. Kişi, kuruluş ve marka açısından sponsorluğu değerlendirebilir. Sponsorluk Türleri I: Spor Sponsorluğu Spor dallarının ulusal-uluslararası alandaki sponsorluğuna ilişkin detayları öğrenir. Sponsorluk Türleri II: Kültür ve Sanat Sponsorluğu Kültür ve sanat sponsorluğunun tarihsel gelişimini öğrenir. Kültür ve sanat sponsorluğunun uygulama alanlarını öğrenir. Spor – kültür/sanat sponsorluğunu ayırt edebilir. Sponsorluk Türleri III – Sosyal Sponsorluk Sosyal sponsorluk kavramını tanımlar. Sosyal sponsorluk biçim ve kategorilerini öğrenir. Sosyal sponsorluğu diğer sponsorluk türlerinden ayırt edebilir. Sponsorluğu Etkileyen Uygulamalar Sponsorluğun pazarlama ile ilişkisini öğrenir. Sponsorluğu etkileyen pazarlama uygulamalarını görür Sponsorluğun pazarlama sürecindeki yerini kavrar. Sponsorluk Planlaması ve Hedef Kitle Sponsorluk planlamasının nasıl yapılması gerektiğini öğrenir. Sponsorluk politikasının hedeflerini öğrenir.

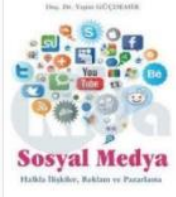
		Sponsorlukta hedef kitle belirlemeni kriterlerini öğrenir.	
		Sponsorlukta ikna stratejilerini öğrenir.	
		Sponsorluk Stratejisinin Geliştirilmesi ve Bütçe	
		Sponsorluk stratejisinin kurumsal ve hedef kitle bazlı boyutlarını ayırt edebilir.	
		Sponsorluk uygulamalarında kullanılan araçları ayırt edebilir.	
		Sponsorluk bütçe planlamasının nasıl yapılması gerektiğini öğrenir.	
		Sponsorluk Sözleşmesi	
		Sponsorluk sözleşmesinin detaylarını kavrar.	
		Sponsorluk Etkinliğinin Değerlendirilmesi	
		Sponsorlukta ölçmenin önemini kavrar.	
Hafta-Tarih			Program Yeterliliği
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Sponsorluğun Tarihsel Gelişimi	PY2-PY19
3	3. Hafta	Sponsorluğun İşleyişi ve Yönetimi	PY2-PY19
4	4. Hafta	Sponsorluğun Yapılma Amaçları	PY2-PY19
5	5. Hafta	Sponsorluk Kategorileri	PY10-PY19
6	6. Hafta	Sponsorluk Türleri I: Spor Sponsorluğu	PY19
7	7. Hafta	Sponsorluğun Tanımı ve İletişim Sürecindeki Konumu	PY2-PY19
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Sponsorluk Türleri II: Kültür ve Sanat Sponsorluğu	PY-14-PY19
10	10. Hafta	Sponsorluk Türleri III – Sosyal Sponsorluk	PY14-PY19
11	11 Hafta	Sponsorluğu Etkileyen Uygulamalar	PY11-PY19
12	12. Hafta	Sponsorluk Planlaması ve Hedef Kitle	PY11-PY19
13	13. Hafta	Sponsorluk Stratejisinin Geliştirilmesi ve Bütçe	PY19
14	14. Hafta	Sponsorluk Sözleşmesi	PY19
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan klasik sorular çerçevesinde 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 sponsorluk etkinliğini ölçmede kullanılan nitel yöntemlerden biridir? a) Omnibus Araştırmaları b) Anket c) Odak Gruplar d) Online Anketler e) GlobalQ 2. Sosyal sponsorluk ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenemez? a) Sosyal sponsorlukta kuruluşun faaliyet alanı ile sponsor olunan etkinliğin uyum göstermesi önemli değildir. b) Kuruluşları sosyal sponsorluk faaliyetlerine yönelten nedenlerden biri de teşvik ve vergi indirimleridir. c) Sosyal sponsorluk aracılığıyla kuruluşlar rekabet avantajı elde ederler. d) Sosyal sponsorluk çalışmalarında toplumsal beklentiden ziyade kurumsal beklenti daha önemlidir. e) Sosyal sponsorluk çalışmaları genellikle sivil toplum kuruluşları aracılığıyla gerçekleştirilir. 3. Aşağıdakilerden hangisi basım-yayım sponsorluğunda gerçekleştirilen destek türleri arasında yer almaz? a) Eserin basım giderlerinin karşılanması b) Yazarlara karşılıksız burs verilmesi c) Belli miktarda eser satın alınması d) Bilimsel eserlere yayım desteği sağlanması e) Gazetelerin yayın promosyonlarının desteklenmesi 4. Heider tarafından oluşturulmuş ve bireylerin bir şekilde bağlandıklarını algıladıkları nesnelerle arasındaki ilişkileri inceleyen teori aşağıdakilerden hangisidir? a) Şema b) Etki hiyerarşisi c) Sosyal kimlik d) Sosyal değişim e) Denge 5. Kelime kökeni Yunanca philanthropy olan ve anlamına gelen hayırseverlik kavramı, bir bireyin veya grubun ortak faydayı geliştirmek ve yaşam	

	koşullarını iyileştirmek için yaptıkları gönüllü bağışları ifade etmektedir. Cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir? a) İyiliksever b) İnsan sevgisi c) Hayır sahibi d) Yardımsever e) Bağışçılık
Cevap Anahtarı	1. c / 2. a / 3.b / 4.e / 5.b
Kaynak Kitap	 Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları Erzurum, 2024 Editör : Raci Taşcıoğlu
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	1. Aşağıdakilerden hangisi sponsorluk etkinliğini ölçmede kullanılan nitel yöntemlerden biridir? a) Omnibus Araştırmaları b) Anket c) Odak Gruplar d) Online Anketler e) GlobalQ 2. Sosyal sponsorluk ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenemez? a) Sosyal sponsorlukta kuruluşun faaliyet alanı ile sponsor olunan etkinliğin uyum göstermesi önemli değildir. b) Kuruluşları sosyal sponsorluk faaliyetlerine yönelten nedenlerden biri de teşvik ve vergi indirimleridir. c) Sosyal sponsorluk aracılığıyla kuruluşlar rekabet avantajı elde ederler. d) Sosyal sponsorluk çalışmalarında toplumsal beklentiden ziyade kurumsal beklenti daha önemlidir. e) Sosyal sponsorluk çalışmaları genellikle sivil toplum kuruluşları aracılığıyla gerçekleştirilir. 3. Aşağıdakilerden hangisi basım-yayım sponsorluğunda gerçekleştirilen destek türleri arasında yer almaz? a) Eserin basım giderlerinin karşılanması b) Yazarlara karşılıksız burs verilmesi c) Belli miktarda eser satın alınması d) Bilimsel eserlere yayım desteği sağlanması e) Gazetelerin yayın promosyonlarının desteklenmesi 4. Heider tarafından oluşturulmuş ve bireylerin bir şekilde bağlandıklarını algıladıkları nesnelerle arasındaki ilişkileri inceleyen teori aşağıdakilerden hangisidir? a) Şema b) Etki hiyerarşisi c) Sosyal kimlik d) Sosyal değişim e) Denge 5. Kelime kökeni Yunanca philanthropy olan ve anlamına gelen hayırseverlik kavramı, bir bireyin veya grubun ortak faydayı geliştirmek ve yaşam koşullarını iyileştirmek için yaptıkları gönüllü bağışları ifade etmektedir. Cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir? a) İyiliksever b) İnsan sevgisi c) Hayır sahibi d) Yardımsever e) Bağışçılık

HİR307 SOSYAL MEDYA

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır POLAT
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 13.00 – 15.50
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Gelişen dünyanın temel dinamiklerinden biri olan ve iletişim sürecini baştan aşağıya değiştiren sosyal medyanın gelişim sürecini, araçlarını, halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama gibi işletme fonksiyonlarına etkilerini öğretmek ve kullanımına ilişkin farkındalığı arttırmak amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<i>İnternet ve Sosyal Medyanın Gelişimi</i> İnternetin gelişim seyrini öğrenir. Web 1.0,2.0,3.0 kavramlarını tanımlayabilir. Webin gelişim sürecini kavrar ve temel ayırt edici noktalarını ayırt edebilir. Sosyal Medya – Geleneksel Medya Sosyal medyayı tanımlayabilir. Geleneksel medyayı tanımlayabilir. Sosyal medya ve geleneksel medya farklılıklarını öğrenir. Sosyal medyanın özelliklerini öğrenir. Sosyal Medya Araçları ve Kullanım Alanları Sosyal medya araçlarının neler olduğunu öğrenir. En çok tercih edilen sosyal medya araçlarını ve kullanım amaçlarını kavrar. Dünyada ve Türkiye’deki kullanımına ilişkin bilgi sahibi olur. Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya Yeni medya çerçevesinde halkla ilişkiler disiplinin tanımlayabilir. Sosyal ağların halkla ilişkiler disiplini çerçevesinde nasıl kullanıldığını öğrenir. Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Uygulamaları Sosyal medyada itibar yönetiminin önemini ve detaylarını kavrar. Sosyal medyada imaj yönetiminin önemini ve detaylarını kavrar. Sosyal medyada kriz yönetiminin önemini ve detaylarını kavrar. Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Uygulama Örnekleri Sosyal medyada kriz yönetim örnekleri ile bilgisini pekiştirir. Sosyal medyada halkla ilişkiler kampanyasının nasıl yapılacağını örnekler üzerinden öğrenir. Sosyal medyada sosyal sorumluluk projesi örneği üzerinden bilgisini pekiştirir. Reklam ve Sosyal Medya Reklam tanımını ve kapsamını öğrenir. Reklam araçlarını tanımlayabilir. Sosyal medya ve reklam arasındaki ilişkiyi kavrar. Sosyal medyada reklam amaçlı kullanılan mecraları öğrenir. Sosyal Medya Reklamları ve Modelleri Facebook reklamcılığı ve özelliklerini açıklayabilir. Twitter reklamcılığını ve özelliklerini açıklayabilir. Sosyal medya reklamcılığındaki modelleri açıklayabilir. Örneklerle bilgisini pekiştirir. Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlama kavramını tanımlayabilir ve kapsamını çizebilir. Yeni medya ile değişen pazarlama anlayışını açıklayabilir. Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal medya pazarlamacılığını açıklayabilir. İçerik pazarlaması kavramını ve kapsamını öğrenir. Sosyal medyada içerik pazarlama süreçlerini açıklayabilir. Gerçek zamanlı pazarlama kavramını ve kapsamını açıklayabilir.

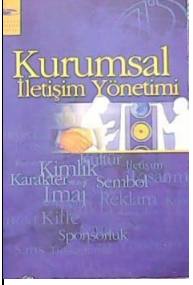
		Sosyal Medyada Ölçme ve Değerlendirme	
		Sosyal medyada ölçme ve değerlendirme sürecini öğrenir.	
		Sosyal medya ölçümleme metriklerini öğrenir.	
		Sosyal medyanın ölçümlemesinin önemini açıklayabilir.	
		Sosyal Medya Uygulamalarından Örnekler I	
		Sosyal medya pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler kampanya örnekleri ile bilgisini pekiştirir.	
		Sosyal Medya Uygulamalarından Örnekler I	
		Sosyal medya pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler kampanya örnekleri ile bilgisini pekiştirir.	
Hafta-Tarih			Program Yeterliliği
1	1. Hafta	İnternet ve Sosyal Medyanın Gelişimi	PY9
2	2. Hafta	Sosyal Medya – Geleneksel Medya	PY9
3	3. Hafta	Sosyal Medya Araçları ve Kullanım Alanları	PY16
4	4. Hafta	Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya	PY9, PY16
5	5. Hafta	Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Uygulamaları	PY9, PY6
6	6. Hafta	Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Uygulama Örnekleri	PY5, PY9, PY16
7	7. Hafta	Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Uygulama Örnekleri	PY5, PY9, PY16
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Reklam ve Sosyal Medya	PY16
10	10. Hafta	Sosyal Medya Reklamları ve Modelleri	PY16
11	11. Hafta	Pazarlama ve Sosyal Medya	PY9
12	12. Hafta	Sosyal Medya Pazarlaması	PY9
13	13. Hafta	Sosyal Medyada Ölçme ve Değerlendirme	PY8
14	14. Hafta	Sosyal Medya Uygulamalarından Örnekler I	PY5, PY9, PY16
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan klasik sorular çerçevesinde bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Yeni medya araçlarının temel özellikleri nelerdir? Kısaca açıklayınız 2. Sosyal medyada kriz yönetimi neden önemlidir? Açıklayınız. 3. Sosyal medyanın halkla ilişkilere etkilerinden 5 tanesini yazınız ve açıklayınız.	
Cevap Anahtarı		1. Rogers'a göre bu ağlar en temelde; etkileşim, eş zamansızlık ve kitlesizleştirme olmak üzere 3 temel özelliğe sahiptir. Yani alıcı kaynak konumuna geçerek, içerik üzerinde etkinliğini arttırmakta (etkileşim), içerikleri bir kişiden milyonlara kadar istediğine gönderebilmekte (kitlesizleştirme) ve bunları istediği zamanda (eş zamansızlık) gerçekleştirmektedir. Manovich'e göreyse 5 temel özelliği vardır. Bunlar; sayısal kodlar, algoritmalar gibi dijital kodlamalardan oluştuğunu ifade eden sayısal temsil; görüntü, ses, şekil vb. öğelerin kendi kimliklerini korumalarının yanı sıra daha büyük nesnelerle birleşmelerini sağlayan modülerlik; erişim sağlayan otomasyon; medya içeriklerinin sabit değil sonsuz sayıda farklı versiyonuna izin vermesini ifade eden değişkenlik; medyanın sosyal ve bilişimsel katmanlarını ifade eden kod çevrimidir. 2. Bir krizin var olması demek sosyal düzenin, kurum-paydaş etkileşiminin bozulması, kurum itibarı ve meşruiyetinin zarar görmesi demektir. Krizin kuruma yansımalarını bunlarla sınırlandırmak, kavramın etkilerinin kapsamını doğru belirlememek anlamına gelmektedir. Pazar kayıpları, artan yasal denetimler, paydaşların mutsuzlukları ve motivasyon kayıpları, örgütsel başarısızlık krizin etkileri arasında olabileceği gibi kurumun varlığının son bulması da krizin sonuçları arasındadır. Krizin kuruma çıkaracağı faturanın bedeli göz önünde bulundurulduğunda yapılması gereken temel şey proaktif bir kriz yönetim sürecidir. Özellikle de sorun ve risk yönetimlerinin başarıyla gerçekleştirilmesi ve güvenilir bir iletişim altyapısı olmazsa olmazlar arasındadır. Çünkü kriz sürecinde güvenilir imaj oluşturmak için paydaşlarla (iç ve dış) sürekli iletişimde olunmalı ve bu süreçte hem geleneksel hem de yeni medya araçlarından yararlanılmalıdır 3. Sosyal medyanın halkla ilişkilere çok sayıda etkisi vardır. Bunlardan bazıları	

	şunlardır: Yeni Paydaşlar: Sosyal medya yeni sosyal paydaşlar yaratır. Doğrudan İletişim ve Etkileşim: Tüm eşik bekçilerinin ortadan kaldırıldığı aracısız, iletişim ve etkileşim düzeyi yüksek bir süreç oluşturur. Mesajların Yayılması: Mesajların yayılmaz hızı ve kapsamı artmaktadır. Medya Karması: Eskiden geleneksel medya araçlarına muhtaç olan uygulayıcılar günümüzde ise geleneksel araçları kullanmalarının yanı sıra bu kitle iletişim araçlarını yeni medya araçlarıyla birlikte kullanmaktadır. Hedef-kitle ile İşbirliği: Hedef kitlelerin sosyal medya aracılığıyla içerik üretmeleri ve işletmelerin ise bu içeriklere geri bildirimlerde bulunarak hedef kitleleriyle işbirliği ortamını yaratmasına imkan sağlamaktadır.
Kaynak Kitap	 Yazar : Yeşim Güçdemir Kitap Adı : Sosyal medya halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama Yayınevi : Derin Yayınları Yıl : 2017
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	  SOSYAL MEDYA HALKLA İLİSKİLER VE PAZARLAMA ÖNEMLİ KAYNAKLAR Kitaplar Kitaplar Kitaplar Kitaplar http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/halklailiskilervetanitim_ue/sosyalmedya.pdf

HİT301 KURUMSAL İLETİŞİM

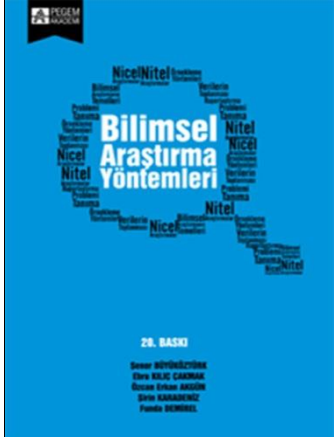
Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr.Gör. Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı - Çarşamba
E-posta	fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.30 – 12.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Kurumsal özellik taşıyan ve bu özelliklerle toplumsal yapının bir parçası haline gelen firmaların kurum içinde ve dışında kurdukları iletişimin öğretilmesi amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kurumsal İletişim Tanım ve Kapsam İletişim ve kurumsal iletişim kavramlarına hakim 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 hakim 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			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Kurumsal İletişim Tanım ve Kapsam	PY2, PY10
3	3. Hafta	Kurumların İletişime Yaklaşımı	PY2, PY10
4	4. Hafta	Kurumsal İletişimin Sınıflandırılması	PY2, PY10
5	5. Hafta	Kurumsal Dizayn, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj	PY2, PY10
6	6. Hafta	Kurumsal İletişimde Stratejik Yönetim ve Planlama	PY2, PY10
7	7. Hafta	Kurumsal Reklamcılık	PY2, PY10
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kurumsal İletişim ve Sponsorluk	PY2, PY10
10	10. Hafta	Kurumsal İletişim ve Kişisel Satış	PY2, PY10
11	11 Hafta	Kurumsal İletişim ve Satış Tutundurma	PY2, PY10
12	12. Hafta	Kurumsal İletişim ve Pazarlama	PY2, PY10
13	13. Hafta	Kurumsal İletişim ve Etkili İletişim Çabaları	PY2, PY10
14	14. Hafta	Kurumsal İletişimin Toplumsal Sorumluluk ve Etik Boyutu	PY2, PY10
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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.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	

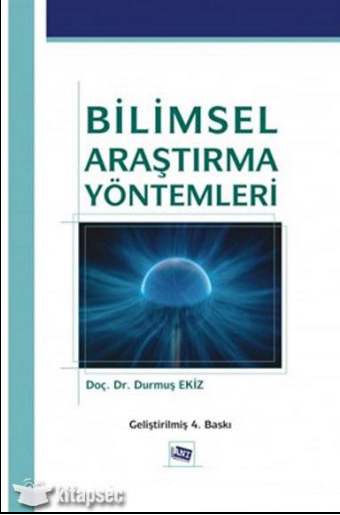
	C. Amblem D. Tipografi E. Şablon 4. “Şirketin borsaya başarılı bir şekilde girmesi sonucu hissedarlarının sayısının artması” aşağıdaki kavramlardan hangisiyle ilgili bir uygulama örneğidir? A. Kurumsal imaj B. Kurumsal sosyal sorumluluk C. Finansal halkla ilişkiler D. Hükümetle iletişim E. Konu yönetimi 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.C2. C 3. B 4. C 5. D
Kaynak Kitap	 Başak Solmaz– Kurumsal İletişim Yönetimi
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 AÖF– Kurumsal İletişim Yönetimi

HİR305 HALKLA İLİŞKİLER ARAŞTIRMALARI

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr.Gör. Fatih Ceylan
Oda Numarası	2/16
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı - Çarşamba
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.00 – 15.30
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Halkla İlişkilerde araştırma sistematığı ve bilimsel yaklaşım kazandırarak, bilimsel tutum geliştirmek, araştırma yöntem ve tekniklerine ilişkin bilgi kazandırarak, araştırmada kullanma, uygulama ve yorumlama becerisi kazandırmak bu dersin genel amacıdır..
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla İlişkilerde Araştırmanın Önemi
	Halkla İlişkilerde yapılan araştırma alanlarını tanımlar
	Halkla İlişkilerde yapılan araştırma alanlarını sınıflandırır
	Araştırma yöntem bilimi
	Araştırma kavramını tanımlar
	Bilim kavramını örnekler ile açıklar
	Araştırmada sistematik çözümlemeler yapabilir
	Araştırma yöntem bilimi ile ilgili örnekler verir
	Araştırma konusunu belirleme
	Kök neden analizi yapar
	Araştırma konusunu sınıflandırır
	Araştırma Konusunu belirler
	Araştırma Problemini tanımlama
	Sorun Ağacı yöntemini uygular
	Problemin bileşenlerine örnekler verir
	Problemin çıktılarını tanımlar
	Kaynakların taranması
	Bilgi ve bilgi kaynaklarını tanımlar
	İnternette kaynak tarama yapar
	Kaynak tarama aşamalarını öğrenir
	Analizler ve Kaynak tespiti yapar.
	Hipotezlerin Yazılması
	Hipotez kavramını tanımlar.
	Hipotezlere örnekler verir
	Hipotezi test eder
	Araştırma Yöntem ve Modelini Belirleme
	Konu ile ilgili kavramları örnekler ile açıklar
	Araştırma konusu ile ilgili model örneklerini ortaya koyar
	Araştırma model belirleme süreçlerini uygular
	Veri Toplama ve Analiz Etme
	Veri kavramını tanımlar
	Nitel ve Nicel Araştırmalara örnekler verir
	Veri analizi yapar
	Sonuçlar ile ilgili eleştirel yorumlar yapabilir.
	Veri Toplama ve Analiz Etme
	Veri kavramını tanımlar
	Nitel ve Nicel Araştırmalara örnekler verir
	Veri analizi yapar
	Sonuçlar ile ilgili eleştirel yorumlar yapabilir.
	Veri Toplama ve Analiz Etme
	Veri kavramını tanımlar
	Nitel ve Nicel Araştırmalara örnekler verir
	Veri analizi yapar

		4Sonuçlar ile ilgili eleştirel yorumlar yapabilir.	
		Veri Toplama ve Analiz Etme	
		Veri kavramını tanımlar	
		Nitel ve Nicel Araştırmalara örnekler verir	
		Veri analizi yapar	
		Sonuçlar ile ilgili eleştirel yorumlar yapabilir.	
		Halkla İlişkiler alanında örnek araştırma yapmak	
		Makale analizi yapar	
		Sosyal medyada yürütülen bir halkla ilişkiler araştırmasını analiz eder	
		Halkla İlişkiler alanında örnek araştırma yapmak	
		Makale analizi yapar	
		Sosyal medyada yürütülen bir halkla ilişkiler araştırmasını analiz eder	
	Hafta-Tarih		İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Halkla İlişkilerde Araştırmanın Önemi	PY14, PY16
3	3. Hafta	Araştırma yöntem bilimi	PY14, PY16
4	4. Hafta	Araştırma konusunu belirleme	PY14, PY16
5	5. Hafta	Araştırma Problemini tanımlama	PY14, PY16
6	6. Hafta	Kaynakların taranması	PY14, PY16
7	7. Hafta	Hipotezlerin Yazılması	PY14, PY16
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Veri Toplama ve Analiz Etme	PY14, PY16
10	10. Hafta	Veri Toplama ve Analiz Etme	PY14, PY16
11	11 Hafta	Veri Toplama ve Analiz Etme	PY14, PY16
12	12. Hafta	Veri Toplama ve Analiz Etme	PY14, PY16
13	13. Hafta	Halkla İlişkiler alanında örnek araştırma yapmak	PY14, PY16
14	14. Hafta	Halkla İlişkiler alanında örnek araştırma yapmak	PY14, PY16
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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 nitel araştırma yöntemi değildir? A. Derinlemesine görüşme B. İçerik analizi C. Yarı yapılandırılmış görüşme D. Anket E. Hepsi	
	Cevap Anahtarı	1.D	
	Kaynak Kitap		

**Yardımcı Kaynaklar ve
Okuma Listesi**



DEĞERLERİMİZ (SEÇMELİ ÜNİVERSİTE DERSİ)

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr.Gör. Fatih Ceylan		
Oda Numarası	2/16		
Ofis Saatleri	Pazartesi – Salı - Çarşamba		
E-posta	fatih.ceylan@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Pazartesi – Salı 16.00		
Derslik	2/03		
Dersin Amacı	Öğrencilerimize Değerlerimiz ile ilgili yeterliliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Değer Kavramı		
	Yerel Değerleri Bilir		
	Evrensel Değerleri Bilir		
	Sevgi ve Saygı		
	Sevginin Hayata Kattığı Anlamı Bilir		
	Saygının Güvenin Oluşmasındaki Katkısını Bilir		
	Adalet		
	Önyargıyı Bilir		
	Eşitliği Bilir		
	Doğruluk ve Dürüstlük		
	Emanet Kavramını Bilir.		
	Güven Kavramını Bilir		
	Aile		
	Ailenin Bireye Katkısını Bilir		
	Ailenin Topluma Katkısını Bilir		
	Ahlak		
	Bireyde ahlak		
	Ailede Ahlak		
	Toplumda Ahlaka		
	Kültür Tarih ve Vatan		
	Kültürün Topluma Etkisini Bilir		
	Tarihin Topluma Etkisini Bilir		
	Vatan Sevgisini Bilir		
	Tasarruf Bilinci		
	Sahip Olduklarının Kıymetini Bilir		
	İsrafın Çok Kötü Olduğunu Bilir		
	Merhamet		
	Acı ve Gözyaşına Duyarlı Olmayı Bilir		
	Paylaşmayı Bilir		
	Gerçeğe ve Farklılıklara Saygı		
	Objektif olmayı Bilir		
	Empati Yapmayı Bilir		
	Ortak Menfaatleri Büyütmenin Katkısını Bilir		
	İnsan Onuruna Saygı		
	İnsanın Çok Değerli Varlık Olduğunu Bilir		
	Bireysel Tercihlere Saygı Duyar		
	Gerçek Bilgiye Ulaşma Hassasiyeti		
	Bilmediği şey Hakkında Konuşmamasını Bilir		
	Bilginin Gücüne İnanmayı Bilir		
	Tekrar		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	

2	2. Hafta	Değer Kavramı	PY8-PY10
3	3. Hafta	Sevgi ve Saygı	PY8-PY10
4	4. Hafta	Adalet	PY8-PY10
5	5. Hafta	Doğruluk ve Dürüstlük	PY8-PY10
6	6. Hafta	Aile	PY8-PY10
7	7. Hafta	Ahlak	PY8-PY10
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Tasarruf Bilinci	PY8-PY10
10	10. Hafta	Merhamet	PY8-PY10
11	11 Hafta	Gerçeğe ve Farklılıklara Saygı	PY8-PY10
12	12. Hafta	İnsan Onuruna Saygı	PY8-PY10
13	13. Hafta	Gerçek Bilgiye Ulaşma Hassasiyeti	PY8-PY10
14	14. Hafta	Tekrar	PY8-PY10
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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		S-1) Eşit davranma, haklılık ilkesine bağlılık ve güven olgusunu içeren değer aşağıdakilerden? - Dürüstlük - Saygı - İşbirliği - Sorumluluk - Sabır S-2) Ahlaki değerlerle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur? - Evrensel olmayan ahlaki değerler bireysel yükümlülük getirir - Değerlerin tümü ahlaki değerlerdir - Doğruluk ve sorumluluk ahlaki değerlerdir - Evrensel ahlaki değerler insanları bağlayıcı nitelik taşır S-3) Değerlerle ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi yanlış bir değerlendirmedir? - Değerlerimizin temeli ailedir - Her değer bütün kültürlerde aynı şekilde kabul görür - Bir bütün olarak değerler toplumsal hayata ve kişiye yön verir - Değerlerin oluşumunda içinde yaşanılan kültürün etkisi büyüktür	
Cevap Anahtarı		1-a, 2-b, 3-b	
Kaynak Kitap			
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİR303 TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Öğretim Görevlisi	Öğr Gör. Dr. Dursun Yılmaz		
Oda Numarası	2/18		
Ofis Saatleri	Çarşamba		
E-posta	dursun.yilmaz@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 09.30 – 12.15		
Derslik	2/03		
Dersin Amacı	Tüketici davranışı kavramının, tüketici davranış modellerinin ve bu alanda temel kavramların öğrenilmesi, tüketici davranışlarına etki eden içsel ve dışsal faktörlerin anlaşılması, tüketici davranışlarıyla psikoloji ve sosyoloji gibi diğer alanlarda geliştirilen kavramların bağının öğrenilmesi.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.		
	Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.		
	Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.		
	Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.		
	Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.		
	Tüketici davranışını etkileyen unsurları öğrenir.		
	Tüketici davranışını etkileyen unsurları öğrenir.		
	Tüketici satın alma sürecini açıklar.		
	Tüketici araştırmasını açıklar.		
	Tüketici davranışlarındaki yeni eğilimleri tartışır.		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Tüketici Davranışına Giriş	
3	3. Hafta	Tüketici Davranışına Özellikleri	
4	4. Hafta	Tüketici Davranışı Teorileri	
5	5. Hafta	Algı	
6	6. Hafta	Öğrenme ve Hafıza	
7	7. Hafta	Güdüleme ve İlgenim	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kişilik ve Psikografik Etmenler	
10	10. Hafta	Tutum ve İkna	
11	11 Hafta	Referans Gruplar ve Aile etkisi	
12	12. Hafta	Kültür ve Altkültür	
13	13. Hafta	Tüketici Davranışlarında Yeni Eğilimler	
14	14. Hafta	Satın Alma Karar Süreci	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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			
Cevap Anahtarı			
Kaynak Kitap	Kitap Adı: Tüketici Davranışı Yazar/Editör: Yavuz ODABAŞI, Gülfidan BARIŞ Yayınevi: Mediacat Yayınevi Yayın Yılı: 2011 Baskı: 2		
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Tüketici Davranışları. Altunışık, R. Beta Yayıncılık. Ed. Çakırer Mehmet Akif, Sezen Bozyiğit (2020) Tüketici Davranışları, Nobel		

	Yayınevi, Ankara.Powerpoint sunumlar
--	--------------------------------------

HİR315 STRATEJİK YÖNETİM

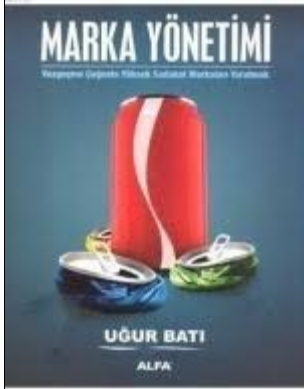
Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Gör. Hanifi Karaçınar		
Oda Numarası	Zemin 0		
Ofis Saatleri	Salı		
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Salı 13.00 – 15.30		
Derslik	2/03		
Dersin Amacı	Bu derste halkla ilişkiler stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak tanımlanmakta ve stratejik planlama sürecini oluşturan fonksiyonlar analiz edilmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları, medya ve etik tartışması ile vaka çalışmaları ekseninde halkla ilişkiler stratejileri incelenmektedir.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	1) Halkla ilişkileri stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak kavrar. 2) Halkla İlişkiler uygulamalarında ilgili kamunun vizyon ve misyonuna yönelik politika, strateji, taktik kavramlarını ve işleyişini bilir. 3) Stratejik halkla ilişkiler planlamasını bilir ve uygulama örneklerini değerlendirir		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Kavramsal Tartışma: Siyasa, Amaç, Hedef, Strateji ve Taktikler	
3	3. Hafta	Stratejik Bir Yönetim Fonksiyonu olarak Halkla İlişkiler	
4	4. Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Araştırma	
5	5. Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Planlama	
6	6. Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Uygulama	
7	7. Hafta	Değerlendirme	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Halkla İlişkilerde Stratejik Paydaşlar ve Kamular	
10	10. Hafta	Halkla İlişkilerde Stratejik Konular ve Anlatılar	
11	11 Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler: Örnek Olay İncelemeleri	
12	12. Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler: Örnek Olay İncelemeleri	
13	13. Hafta	Stratejik Halkla İlişkiler: Örnek Olay İncelemeleri	
14	14. Hafta	Genel Değerlendirme	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan klasik yöntemli (yazılı) vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
Örnek Sorular			
Cevap Anahtarı			
Kaynak Kitap			
Yardımcı Kaynaklar ve	Biber, A. (2012). Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve. Ankara: Vadi Yayınları.		

Okuma Listesi	Biber, A. (2021). Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar: Tanımlar Örnekler, Açıklamalar, Kaynaklar. Ankara: Nobel. Göksel, A. B. (2021). Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi. Ankara: Nobel. Göztaş, A. ve Topsüner, F. (2012). Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Araştır- Planla- Uygula-Değerlendir. Ankara: Seçkin.
----------------------	---

3.SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR306 İMAJ VE MARKA YÖNETİMİ

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Dursun Yılmaz
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Çarşamba
E-posta	Dursun.yilmaz@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 09.15 – 12.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Bu ders öğrencilerin, marka kavramını daha geniş bir biçimde değerlendirerek marka yapılandırma konusunda gerekli olan stratejik bilgileri edinmelerini, markanın üründen farklılığını göstererek ne olduğu ve neden önemli olduğu üzerine yoğunlaşmasını sağlamaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Marka Yönetimi Kavramları
	Marka kavramını açıklar
	Markalamanın tarihsel gelişimini örnekler ile açıklar
	Marka sorumlusunu tanımlayabilir
	Marka Yönetimi Kavramları
	Etkili marka yönetimini tanımlar.
	Klasik marka yönetimine örnek verir.
	Modern marka yönetimine örnek verir.
	Marka yönetimi boyutlarını açıklar.
	Marka yönetimi ve pazarlama
	Pazarlama planı oluşturabilir
	Marka yönetiminde pazarlama örnekleri verir
	Pazarlama Analizi
	Ekonomik Analizi tanımlar
	Satış Teşkilatını tanımlar
	Pazarlama Analizi
	Rakip analizi yapar
	Pazarlama analizi yapar
	Temel Marka Araştırmaları
	Tutum ve alışkanlıkları tanımlar
	Marka izleme yöntemlerine örnek verebilir
	Temel Marka araştırması yapar
	Bölümleme
	Bölümlemeyi tanımlar ve açıklar
	Bölümleme ölçütlerine örnek verir
	Pazar tarifi yapabilir
	Konumlandırma
	Konumlandırmayı tanımlar ve açıklar
	Değer önerisine örnekler vererek açıklar
	İdeal ürün profilini açıklar
	Marka Kimliği ve Kişiliği
	Marka Kimliği modellerini örnekler ile açıklar
	Marka kişiliği tanımlanır
	Marka Mimarisi
	Marka portfoyunun özelliklerini açıklar
	Marka mimarisini tanımlar
	Marka Portfoyunu oluşturabilir
	Proje Uygulaması 1
	Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.
	Proje Uygulaması 2
	Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.

		Proje Uygulaması 3	
		Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Marka Yönetimi Kavramları	PY10-14-19
3	3. Hafta	Marka Yönetimi Kavramları	PY10-14-19
4	4. Hafta	Marka yönetimi ve pazarlama	PY10-14-19
5	5. Hafta	Pazarlama Analizi	PY10-14-19
6	6. Hafta	Pazarlama Analizi	PY10-14-19
7	7. Hafta	Temel Marka Araştırmaları	PY10-14-19
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Bölümleme	PY10-14-19
10	10. Hafta	Konumlama	PY10-14-19
11	11 Hafta	Marka Kimliği ve Kişiliği	PY10-14-19
12	12. Hafta	Marka Mimarisi	PY10-14-19
13	13. Hafta	Proje Uygulaması	PY10-14-19
14	14. Hafta	Proje Uygulaması	PY10-14-19
		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 bir şirketin pazarlama bölümünde görev alan bir çalışanın unvanı olamaz? a. Kategori müdürü b. Marka yöneticisi yardımcısı c. Pazarlama direktörü d. Ar-Ge müdürü e. Marka yöneticisi 2) Aşağıdakilerden hangisi pazarlama planının strateji geliştirme aşamasında yer almaz? a. Portföy özeti b. Stratejik odaklanma c. Ürün geliştirme d. Pazar büyütme e. Ürün karması	
Cevap Anahtarı		1. d 2.a	
Kaynak Kitap		 Kitap Adı: Marka Yönetimi Derleyen: Uğur Batı Yıl: 2014	

HİR314 DİKSİYON VE ETKİLİ KONUŞMA

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi
Oda Numarası	2/21
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	murat.seyfi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 09.15 – 12.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	1- Öğrencilerde diksiyon sanatı üzerine farkındalık yaratmak 2- Öğrencilerin bedensel ve sözlü iletişim becerilerini geliştirmek 3- Öğrencilerin düşüncelerini ve duygularını doğru sözcükler seçerek ve doğru bir ses ve söylenişe sahip olarak aktarmalarına destek olmak 4- Türkçeyi konuşma ve yazma kurallarına uygun olarak bilinçli, doğru ve özenli şekilde kullanmaları 5- İş yaşamında karşılaşılabilecekleri sorunları konuşarak, çözebilmeleri; yorumlayıp, değerlendirme yapmaları ve sözlü ifade edebilmeleri amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İletişime Giriş – İletişim Nedir? İletişim kavramının tarihsel çerçevesine hâkim olur. İletişimin ne olduğu, türlerinin neler olduğu hakkında bilgi sahibi olur. İletişimin hayatımızdaki yerini ve önemini bilir Etkili İletişim Nedir? Etkili iletişim biçimini öğrenir. Etkili iletişim için gerekli koşulları öğrenir. Etkili iletişimin önündeki engeller hakkında bilgi sahibi olur. Etkili iletişimin gerekliliklerini öğrenir. Diksiyon Kavramı ve Diksiyon Eğitiminin Amacı Diksiyon kavramı hakkında bilgi sahibi olur Diksiyonun işlevlerini, hedeflerini ve öğelerini öğrenir. Diksiyon eğitiminin amacını ve gerekliliğini öğrenir. Türkçe'nin Ses Özellikleri Türk Dili hakkında bilgi sahibi olur. Türk Dili'nin grameri hakkında bilgi sahibi olur. Türk Dili'nin ses özellikleri hakkında bilgi sahibi olur Konuşma Becerileri ve İyi Bir Konuşmacının Nitelikleri Konuşma kavramı hakkında bilgi sahibi olur. Konuşma becerilerini öğrenir. İyi bir konuşmacının niteliklerini analiz eder. Gözlem yapar ve diyaloglarda sorun tespiti yapar. Sözlü İletişim ve Retorik Sözlü iletişim kavramını öğrenir. Sözlü iletişim ile sözsüz iletişim arasındaki ilişkiyi kurar. Sözlü iletişimin sosyal hayatımızdaki etkisini kavrar. Retorik kavramını kapsamlı bir şekilde öğrenir. Hitabet Kavramı ve Sözün Önemi Hitabet kavramını özümser. Konuşma esnasından hitabetin önemini öğrenir. Söz söyleme sanatını ve etkisini öğrenir. Telaffuz ve Üslup Kuralları Telaffuz kavramlarını öğrenir. Telaffuz kurallarını bilir. Örnek kelimeler üzerinden telaffuz çalışmaları yürütür. Telaffuz ve Üslup ilişkisini kurabilir. Beden Dili: Jest, Mimik, El Kol Hareketleri ve Bedenin Duruşu Beden dili kavramını öğrenir. Jestleri ve ne anlamlara geldiğini öğrenir

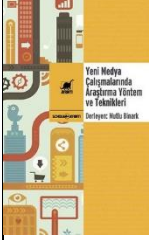
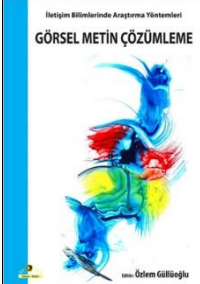
		El Kol hareketlerini ve ne anlamlara geldiğini öğrenir	
		Bedenin duruşlarını ve ne anlamlara geldiğini öğrenir	
		Çalışma Hayatında İletişim ve Konuşma	
		Çalışma hayatında iletişimin önemini kavrar.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İletişime Giriş – İletişim Nedir?	PY2, PY10
3	3. Hafta	Etkili İletişim Nedir?	PY2, PY10
4	4. Hafta	Diksiyon Kavramı ve Diksiyon Eğitiminin Amacı	PY2, PY10
5	5. Hafta	Türkçe'nin Ses Özellikleri	PY2, PY10
6	6. Hafta	Konuşma Becerileri ve İyi Bir Konuşmacının Nitelikleri	PY2, PY10
7	7. Hafta	Sözlü İletişim ve Retorik	PY2, PY10
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Telaffuz ve Üslup Kuralları	PY2, PY10
10	10. Hafta	Beden Dili: Jest, Mimik, El Kol Hareketleri ve Bedenin Duruşu	PY2, PY10
11	11 Hafta	Çalışma Hayatında İletişim ve Konuşma	PY2, PY10
12	12. Hafta	Konuşma Dilinde Anlatım Bozuklukları	PY2, PY10
13	13. Hafta	Sunum Teknikleri	PY2, PY10
14	14. Hafta	Sunum Teknikleri 2	PY2, PY10
		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. İnsanların duygu, düşünce ve isteklerini ifade etmek için kullanabileceği en önemli araç aşağıdakilerden hangisidir? A) İletişim B) Diksiyon C) Telefon D) Dil 2. Latince anlamı “söz söylerken sözcüklerin seçilip, düzenlenerek düşünceleri kolaylıkla anlatma tarzı” olan kelime aşağıdakilerden hangisidir. A) Türkçe B) Konuşma C) Diksiyon D) Boğumlama 3. Türkçede genellikle şiddet vurgusu hangi hecede olur? A) İlk B) İkinci C) Üçüncü D) Son 4. Beden dilinin günlük yaşantımızdaki önemini belirten söz hangisidir? A) Beden dilini anlamak bir yetenektir. B) Dil söylemezse beden söyler. C) Beden dili bedenimizle verdiğimiz mesajdır. D) Sözsüz mesaj bir mesaj türüdür. E) Sağlam kafa sağlam vücutta bulunur 5. Aşağıdakilerden hangisi sözsüz mesajdır?	

	A) Gülümsemek B) Dilin sürçmesi C) Telefonla mesaj D) E-posta E) Konuşmak
Cevap Anahtarı	1.A 2. C 3. A 4. B 5. A
Kaynak Kitap	Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı, Emin Özdemir, Remzi Kitabevi, Mayıs 1996 Etkili ve Güzel Konuşma Sanatı, George Kops, Richard Worth, Gün Yayıncılık
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Etkili Sunuş, Christine E. Bingaman, Rota Yayın, 1993 Bedenin Dili, Acar&Zuhal Batlaş, Remzi Kitabevi, 1995 Konuşma Sanatı, Ertuğrul Yaman, Gazi Kitabevi Yay. Ankara, 2004.

HİR304 İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır POLAT
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe – Cuma
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 13.15 – 16.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	İletişim insan doğasının temel yapı taşıdır. İletişimi insanoğlundan çekip aldığımızda kaos ve kargaşa kaçınılmaz sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla insanın var olduğu süreçten itibaren iletişim vardır. İnsanoğlunun tarihi kadar eski olan iletişimin, akademik süreçte ele alınması oldukça önemlidir. Dolayısıyla bu dersin amacı iletişim araştırmalarını detaylıca ele almak ve iletişimin önemini pekiştirmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<i>İletişim Araştırmalarına Genel Bakış</i> Tarihsel süreçte iletişim araştırmalarının seyrini öğrenir. Dönemsel olarak iletişim araştırmalarındaki değişimi görür. Türkiye’deki iletişim araştırmaları tarihini öğrenir. Bilimsel Araştırmalarda Temel Kavramlar Bilim kavramını tanımlayabilir. Bilimsel bilginin ayırt edici özelliklerini öğrenir. Bilimsel araştırmaların temel aşamalarını öğrenir. Bilimsel araştırma sürecindeki kavramları tanımlayabilir. Bilimsel Araştırmalarda Temel Kavramlar 2 Bilimsel araştırma sürecinde değişken ve hipotez kavramlarını ve türlerini öğrenir. Evrenin ne olduğunu bilir. Örneklem yöntemlerini öğrenir. İletişim Araştırmalarında Kullanılan Nitel Yöntemler 1 İçerik analizi yönteminin nasıl yapıldığını öğrenir. İçerik analizinde kullanılan bilgisayar programları hakkında bilgi sahibi olur. İletişim Araştırmalarında Kullanılan Nitel Yöntemler 2 Eleştirel söylem analizini ve detaylarını öğrenir. Göstergebilim yöntemini ve tekniğini öğrenir. İletişim Araştırmalarında Markaya Yönelik Kullanılan Yöntemler Eye Tracking yöntemi hakkında bilgi sahibi olur. Galvanik Deri Tepkisi yöntemini öğrenir. Beyin dalgaları ve ses tonu analizleri ile gerçekleştirilen araştırmalar hakkında bilgi sahibi olur. İletişim Araştırmalarında Nitel Veri Toplama Teknikleri 1 Gözlem türü hakkında bilgi sahibi olur. Görüşme türü hakkında bilgi sahibi olur. Doküman incelemesi hakkında bilgi sahibi olur. İletişim Araştırmalarında Nicel Yöntemler Nicel Araştırmaların özelliklerini ve aşamalarını öğrenir. Nicel araştırmalarda veri toplama teknikleri hakkında bilgi sahibi olur. Nicel araştırmalarda veri analizi için kullanılan teknikler hakkında bilgi sahibi olur. Farklı Alanlarda Kullanılan İletişim Araştırmaları Reklam mecrasına yönelik kullanılan iletişim araştırmaları hakkında bilgi sahibi olur. Müşterilere yönelik gerçekleştirilen iletişim araştırmaları konusunda bilgi sahibi olur. Yeni Medyada İletişim Araştırmaları ve Teknikleri Yeni medyada metin temelli iletişim araştırmaları konusunda bilgi sahibi olur. Yeni medyada etnografi araştırmaları konusunda bilgi sahibi olur. Yeni medyada anket ve çevrimiçi anket tekniği ve kanalları konusunda bilgi sahibi olur. İletişim Araştırmalarında Örnek Çalışma İncelemesi 1 Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir. İletişim Araştırmalarında Örnek Çalışma İncelemesi 2

		Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.	
		İletişim Araştırmalarında Örnek Çalışma İncelemesi 3	
		Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.	
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	<i>İletişim Araştırmalarına Genel Bakış</i>	PY1
3	3. Hafta	Bilimsel Araştırmalarda Temel Kavramlar 1	PY8
4	4. Hafta	Bilimsel Araştırmalarda Temel Kavramlar 2	PY8
5	5. Hafta	İletişim Araştırmalarında Kullanılan Nitel Yöntemler 1	PY8
6	6. Hafta	İletişim Araştırmalarında Kullanılan Nitel Yöntemler 2	PY8
7	7. Hafta	İletişim Araştırmalarında Markaya Yönelik Kullanılan Yöntemler	PY8
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	İletişim Araştırmalarında Nitel Veri Toplama Teknikleri 1	PY8
10	10. Hafta	İletişim Araştırmalarında Nicel Yöntemler	PY8
11	11 Hafta	Farklı Alanlarda Kullanılan İletişim Araştırmaları	PY8
12	12. Hafta	Yeni Medyada İletişim Araştırmaları ve Teknikleri	PY8, PY16
13	13. Hafta	İletişim Araştırmalarında Örnek Çalışma İncelemesi 1	PY8
14	14. Hafta	İletişim Araştırmalarında Örnek Çalışma İncelemesi 2	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 final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Tümevarım yaklaşımında hangi genelleme hedeflenmektedir? a. Evren genellemesi b. Örneklem genellemesi c. Teorik genelleme d. Değişken genellemesi e. Kapsam genellemesi 2. Bilimsel bir araştırmanın sınırlarını belirten ifade aşağıdakilerden hangisidir? a. Nesnellik b. Genelleme c. Kapsam d. Yöntem e. Katkı 3. Aşağıdaki yazarlardan hangisi Frankfurt Okulu'nun üyelerinden biri değildir? a. Horkheimer b. Adorno c. Benjamin d. Lazarsfeld e. Habermas 4. İletişim araştırmalarının tarihini yazmak neden zordur? a. Alanda yeterince araştırma yoktur b. İletişim alanı yenidir c. Alandaki araştırmalar farklı bilim dallarında yapılmış olduğu için dağınıktır d. İletişim bir bilim değildir e. Alanda aşırı miktarda araştırma yapılmıştır 5. Markaların, harita üzerindeki göreceli konumları ve ölçümlerini göstererek eyleme yönlendirebilen araştırma aşağıdakilerden hangisidir? a. Semantik Farklılıklar Ölçeği b. Algısal Haritalama c. Beyin Fırtınası d. Likert Ölçek e. Deney tasarımı 6. İki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve düzeyini belirlemek için kullanılan veri çözümleme tekniği aşağıdakilerden hangisidir? a. Korelasyon b. t-testi c. Varyans analizi d. Ki-kare e. Standart sapma 7. Eğer bir araştırmada iki değişken arasındaki nedensellik ilişkisi inceleniyorsa bu ne tür bir araştırmadır? a. Keşfedici b. Betimleyici c. Açıklayıcı d. Sınıflayıcı e. Tanımlayıcı 8. Bir araştırmada en az kaç defa odak grup görüşmeleri düzenlenmelidir? a. 3 b. 4 c. 5 d. 6 e. 7	

	9. Nitel araştırmada sonuçların güvenirliği nasıl ifade edilmektedir? a. Geçerlik b. Aktarılabirlik c. Doğruluk d. İnanırıcılık e. Tutarlık 10. Haber metinleri üzerinde yapılan söylem �z�mlmelerinde aşağıdakilerden hangisi mikro yapı içerisinde yer almaz? a. Sözdizimsel �z�mlleme b. Kullanılan sözcükler c. Retorik �z�mlleme d. şematik �z�mlleme e. Bölgesel uyum
Cevap Anahtarı	1. c / 2. c / 3. d / 4. c / 5. b / 6.a / 7.c / 8.a / 9.e / 10.d
Kaynak Kitap	 Kitap Adı: Yeni Medya �alışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri Derleyen: Mutlu Binark Yıl: 2014 Yayınevi: Ayrıntı Yayınları Yer: İstanbul https://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT209U/ebook/ILT209U-12V2S1-8-0-1-SV1-ebook.pdf
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Editor: Özlem Güllüoğlu 

HİR302 KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır POLAT
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 13.15 – 16.15
Derslik	2/03
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili faktörleri öğrenerek kurumsal sosyal sorumluluk projeleri hazırlama ve yönetmelerini sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<i>Kurumsal sosyal Sorumluluk Kavramı</i> Kurumsal Sosyal Sorumluluk'un gelişimi tanımlanır. Kurumsal sosyal sorumluluk modelleri örnekleri ile açıklanır. Kurumsal sosyal sorumluluk'un avantajları ve dezavantajları tanımlanır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları Ekonomik sorumluluklar tanımlayabilir. Eşitlik ile ilgili yasaları öğrenir. Ahlaki sorumlulukları öğrenir. İşletme içi sorumlulukları tanımlayabilir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejileri Strateji kavramını tanımlar Kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejiyi örnekler ile bütünleştirir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejileri Paydaş teorisini tanımlar KSS stratejisi tasarlayabilir Kurumsal Sosyal sorumluluk Stratejilerinin Oluşturulması Mevcut durum değerlendirilmesi becerisi kazanılması Strateji için hedef ve amaçları yazabilir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pazarlama Uygulamaları Sosyal sorumluluk ilkelerini tanımlama Pazarlama ilkelerini tanımlayabilir Sosyal sorumluluk kavramını pazarlama perspektifinde tanımlayabilir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pazarlama Uygulamaları Sosyal Sorumluluk ekonomik katkısı tanımlayabilir Tüketici haklarını tanımlayabilir Çevrenin korunması ile ilgili yasaları tanımlayabilir Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Etkileyen Faktorler Sorun analizi yapabilir Fayda analizi yapabilir. Kurumsal sosyal sorumluluğu etkileyen faktörleri örnekler ile tanımlayabilir. Pazarlamada Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı Pazarlama perspektifinde iş ahlakı tanımlanır Sosyal sorumluluk ve itibar yönetimi tanımlanır Kurumsal sosyal sorumlulukta küresel yaklaşımlar Küreselleşme sürecinin özellikleri tanımlanır Küreselleşme sürecinde sosyal sorumluluk uygulamaları örnekler ile açıklanır Türkiye'de KSS uygulamaları örnekler ile anlatılabilir. Proje Uygulaması 1 Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir. Proje Uygulaması 2 Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir. Proje Uygulaması 3 Edindiği bilgileri örnekler üzerinden pekiştirir.

Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	<i>Kurumsal sosyal Sorumluluk Kavramı</i>	PY14-PY19
3	3. Hafta	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları	PY14-PY19
4	4. Hafta	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejileri	PY14-PY19
5	5. Hafta	Kurumsal Sosyal sorumluluk Stratejilerinin Oluşturulması	PY14-PY19
6	6. Hafta	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pazarlama Uygulamaları	PY14-PY19
7	7. Hafta	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pazarlama Uygulamaları	PY14-PY19
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Etkileyen Faktörler	PY14-PY19
10	10. Hafta	Pazarlamada Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı	PY14-PY19
11	11 Hafta	Kurumsal sosyal sorumlulukta küresel yaklaşımlar	PY14-PY19
12	12. Hafta	Proje Uygulaması	PY14-PY19
13	13. Hafta	Proje Uygulaması	PY14-PY19
14	14. Hafta	Proje Uygulaması	PY14-PY19
		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		2) Aşağıdakilerden hangisi, Carroll'un sosyal sorumluluk anlayışı kapsamında değildir? a. Ekonomik Sorumluluklar b. Yasal Sorumluluklar c. Etik Sorumluluklar d. Hayırseverlik Sorumlulukları e. Çevrecilik Sorumlulukları 3) Bir kurumun paydaşları ve doğal çevreye olan ilişkileri ve etkilerini işlevsel hale getirecek stratejileri ve uygulamaları ne olarak tanımlanır? a. İş etiği b. Kurumsal vatandaşlık c. Sürdürülebilir kalkınma d. Kurumsal hesap verebilirlik e. Kurumsal yönetim	
Cevap Anahtarı		1. e 2.b	
Kaynak Kitap		 Kitap Adı: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derleyen:Seçil Deren Yıl: 2014 Yayınevi: Nobel Yayınları Yer: İstanbul	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			



HİR308 MESLEKİ SORUMLULUK VE ETİK

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın		
Oda Numarası	2/15		
Ofis Saatleri	Pazartesi - Çarşamba		
E-posta	Umur.ashkin@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15 – 16.15		
Derslik	2/03		
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	Oryantasyon		
	Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları		
	Sosyal Sorumluluk ve Türlerini bilir		
	İşletmelerin Sorumluluklarını bilir		
	İşletmelerin 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		
	İşletmelerde 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		
	Erdem Ahlakı bilir		
	Normatif Olmayan Ahlak Teorilerini 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		
	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları		
	İnsan Kaynaklarında Etik Konuları bilir		
	Muhasebe Ve Finansa Etik Konuları bilir		
	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları		
	Halkla İlişkilerde Etik Konuları bilir		
	İş Ahlakı Açısından Eğitim ve Etik Kodların Önemi		
	Etik Kodların Gelişimi Ve Önemi bilir.		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı		
	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		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	

2	2. Hafta	Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları	PY1,PY2,PY6
3	3. Hafta	İş Ahlakı ve Önemi	PY1,PY2, PY6
4	4. Hafta	İşletmelerde İş Ahlakına İlişkin Problem Ve İkilemli Konular	PY1,PY2, PY6
5	5. Hafta	İş Ahlakı Ve Etik Yaklaşımlar	PY1,PY2,PY4, PY6
6	6. Hafta	İşletmelerde Ahlaki Karar Alma ve Etik Liderlik	PY1,PY2,PY4, PY6
7	7. Hafta	Örgütlerde Etik Kavramının Önemi	PY1,PY2, PY6
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları	PY1,PY2, PY6
10	10. Hafta	İş Ahlakı Açısından Eğitim ve Etik Kodların Önemi	PY1,PY2, PY6
11	11 Hafta	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı	PY1,PY2, PY6,PY12
12	12. Hafta	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular	PY1,PY2, PY6
13	13. Hafta	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular	PY1,PY2, PY6,
14	14. Hafta	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları	PY1,PY2, PY6
		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 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			
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK VE ETİK , Editörler Prof.Dr. Ömer TORLAK Doç.Dr. Figen DALYAN, T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2605 AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1573 (2012) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 3-192.	

HİR312 GİRİŞİMCİLİK

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi Karaçınar	
Oda Numarası		
Ofis Saatleri	Salı	
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr	
Ders Zamanı	Salı 09.15 – 12.15	
Derslik	2/03	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin girişimcilik ve küçük şirket yönetimi alanlarında genel bilgiler sunarak, öğrencilerin gerekli beceri ve duyuşsal özelliklere sahip olmasını sağlamaktır.	
Konu ve İlgili Kazanımlar	Oryantasyon	
	Girişimci Tanımı,Tarihçesi,Bileşenleri	
	Yenilikçi ve Yaratıcı Olma	
	Öncü Olma	
	Risk Yüklenme	
	Rekabetçi Düşünme	
	Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	
	Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	
	Yeni Bir İş Kurma	
	İş Kurma Sürecinin Temel Evreleri	
	Franchising Tanımı ve Tarihçesi	
	Franchising'in Özellikleri	
	Franchising Türleri	
	Küçük ve Orta Boy İşletmeler	
	KOBİ'lerin Tanımı ve Özellikleri	
	KOBİ'lerin Sorunları	
	İş Planı	
	İş Planının Tanımı ve Yararları	
	İş Planının Unsurları	
	Küçük İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar	
	Küçük İşletmelerin Başarısızlık Nedenleri	
	Küçük İşletmelerde Başarıyı Getiren Etkenler	
	Küçük İşletmelerde Büyüme	
	Büyüme Stratejileri Ve Büyüme Evreleri	
	Büyüme Sürecinde Bekleyen Önemli Sorunlar	
	Yenilik Ve Yaratıcılık	
	Yaratıcılık Kavramı, Süreçleri	
	Yenilik Kavramı ve Türleri	
	İç Girişimcilik	
	İç Girişimciliğin İşletmelere Yararları	
	İç Girişimciliğin Boyutları	
	Aile İşletmeleri	
	Aile İşletmelerinin Özellikleri ve Türleri	
	Aile İşletmelerinde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri	
	Sosyal Girişimcilik	
	Sosyal Girişimciliği Kavramı ve Kalkınmadaki Önemi	
	Stratejik Girişimcilik	
	Stratejik girişimcilik Modeli	
	Girişimcilik ve Kültür	
	Girişimcilikte kültürün önemi	
Hafta-Tarih		
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası

2	2. Hafta	Girişimci Tanımı,Tarihçesi,Bileşenleri	PY1,PY2,PY6
3	3. Hafta	Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	PY1,PY2, PY6
4	4. Hafta	Yeni Bir İş Kurma	PY1,PY2, PY6
5	5. Hafta	Franchising Tanımı ve Tarihçesi	PY1,PY2,PY4, PY6
6	6. Hafta	Küçük ve Orta Boy İşletmeler	PY1,PY2,PY4, PY6
7	7. Hafta	İş Planı	PY1,PY2, PY6
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Küçük İşletmelerde Büyüme	PY1,PY2, PY6
10	10. Hafta	Yenilik Ve Yaratıcılık	PY1,PY2, PY6
11	11 Hafta	İç Girişimcilik	PY1,PY2, PY6
12	12. Hafta	Aile İşletmeleri	PY1,PY2, PY6,PY12
13	13. Hafta	Sosyal Girişimcilik	PY1,PY2, PY6
14	14. Hafta	Stratejik Girişimcilik	PY1,PY2, PY6,
		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- Girişimcinin kişiliğinin oluşumunda aşağıdakilerden hangisi etken değildir? a. Girişimcinin ailesi b. Girişimcinin fiziksel özellikleri c. Girişimcinin Büyüdüğü ortam d. Girişimcinin Aldığı eğitim e. Çevresel koşullar	
Cevap Anahtarı		1 –b	
Kaynak Kitap		 GİRİŞİMCİLİK, PROF. DR. ARZU ÜLGEN AYDINLIK Doç.Dr. Figen DALYAN, İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ (2015) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1-296.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

TOGÜ096 GÖNÜLLÜLÜK ÇALIŞMALARI

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Ceylan		
Oda Numarası	2/16		
Ofis Saatleri	Salı – Çarşamba - Perşembe		
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Salı 13.15 – 15.15		
Derslik	2/03		
Dersin Amacı	Bu ders ile öğrencilere gönüllülük kavramının, ilkelerinin, faaliyet alanlarının kavranılması ve edinilen bilgiler kapsamında toplumun güncel sorunlarını belirleme, bu sorunlara karşı gönüllü olarak çözüm üretmeye yönelik projeler hazırlama, projelerde yer alma, iş birliği geliştirebilme, gönüllülük projelerinde amaç doğrultusunda hedeflere varma vb. yeterliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Gönüllük Kavramı ve Temel İlkeler Gönüllülük kavramını açıklar.		
	Gönüllülük kavramının temel ilkeleri hakkında bilgi sahibi olur.		
	Yönetim, organizasyon ve gönüllülük kavramının temel ilkeleri hakkında bilgi sahibi olur.		
	Yönetim, organizasyon ve gönüllülük kavramını açıklar, çalışmalarında sivil toplum kuruluşlarının katılım ve uygulama prosedürlerini öğrenir.		
	Yönetim, organizasyon ve gönüllülük kavramının temel ilkeleri hakkında bilgi sahibi olur.		
	Gönüllülük Kapsamı ve Faaliyet Alanları Gönüllük kapsamı hakkında bilgi sahibi olur.		
	Gönüllülük çalışmalarının faaliyet alanlarını açıklar.		
	Gönüllülük Faaliyet Alanları Örnekleri: Afet ve Acil Durum, Çevre, Göç, Eğitim ve Kültür, Spor, Sağlık ve Sosyal Hizmetler vb.		
	Temel gönüllülük faaliyet alanlarını (Afet ve Acil Durum, Çevre, Göç, Eğitim ve Kültür, Spor, Sağlık ve Sosyal Hizmetler vb.) açıklayabilir.		
	Gönüllülük faaliyet alanlarının önemine yönelik duyarlılık kazanır.		
	Gönüllülük Çalışmaları ve Etik Gönüllük çalışmalarında uyulması gereken etik ilke ve kuralları açıklar.		
	Gönüllük çalışmalarında etik ilke ve kuralların önemi ve uyulmadığı takdirde ortaya çıkabilecek olumsuz çıktıları hakkında bilgi sahibi olur.		
	Gönüllülük Çalışmaları ve Toplumsal Değerler Gönüllülük çalışmalarında uyulması gereken ahlaki, dini, geleneksel değerleri açıklar.		
	Gönüllük çalışmalarında ahlaki, dini, geleneksel değerlerin önemi ve uyulmadığı takdirde ortaya çıkabilecek olumsuz çıktıları hakkında bilgi sahibi olur.		
	Gönüllülük Çalışmalarında Kamu Kurumları Toplumsal sorunlara yönelik kamu kurumlarının gönüllülük faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olur, önemini kavrar.		
	Toplumsal sorunlara duyarlılık gösterir, sorumluluk bilinci kazanır.		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Gönüllülük Kavramı ve Temel İlkeler	PY10
3	3. Hafta	Yönetim, Organizasyon ve Temel İlkeler	PY10
4	4. Hafta	Gönüllülük Kapsamı ve Faaliyet Alanları	PY10
5	5. Hafta	Gönüllülük Faaliyet Alanları Örnekleri: Afet ve Acil Durum, Çevre, Göç, Eğitim ve Kültür, Spor, Sağlık ve Sosyal Hizmetler vb.	PY10
6	6. Hafta	Gönüllülük Çalışmaları ve Etik	PY10, PY14
7	7. Hafta	Gönüllülük Çalışmaları ve Toplumsal Değerler	PY14, PY16
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Gönüllülük Çalışmalarında Sivil Toplum Kuruluşları	PY14
10	10. Hafta	Gönüllülük Çalışmalarında Kamu Kurumları	PY14
11	11 Hafta	Gönüllülük Çalışmaları Uygulama Örnekleri	PY14

12	12. Hafta	Gönüllülük Çalışmaları Uygulama Örnekleri	PY14
13	13. Hafta	Gönüllülük Çalışmaları Proje Geliştirme ve Gönüllü Katılım	PY14
14	14. Hafta	Gönüllülük Çalışmaları Proje Geliştirme ve Gönüllü Katılım	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		Aşağıdaki soruları cevaplayınız. (20 puan) 1. Gönüllük kavramını açıklayınız. 2. Temel gönüllülük faaliyet alanları nelerdir?	
Cevap Anahtarı		1. Gönüllülük, en temel tanımıyla bireyin maddi bir karşılık beklemeden toplumun güncel sorunlarına karşı çözüm üretmeye yönelik bir toplumsal girişime ya da bir STK bünyesindeki etkinliklere destek olması şeklinde tanımlanabilir. 2. Afet ve Acil Durum, Çevre, Göç, Eğitim ve Kültür, Spor, Sağlık ve Sosyal Hizmetler vb.	
Kaynak Kitap		Murat Şentürk (ed.) Gönüllülük ve Gönüllülerle Birlikte Çalışmak (2022). İstanbul University Press.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Murat Şentürk (ed.) Gönüllülük ve Gönüllülerle Birlikte Çalışmak (2022). İstanbul University Press.	

4. SINIF GÜZ DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR 401 KRİZ İLETİŞİMİ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır POLAT
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 09.30 – 12.15
Derslik	2/25
Dersin Amacı	Krizler örgütlerin stratejik hedeflerine ve hatta varlığına büyük tehditler olarak tanımlanmaktadır. Bireyler, gündelik yaşantısından örgütsel yaşam içerisindeki konumuna kadar birçok kriz türü ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu sebeple potansiyel kriz tespitlerinin yapılmasının ve kriz süreçlerinde proaktif hareket bilincinin oluşması gerekmektedir. Dersin amacı da öğrencilere kriz iletişimi konusunda donanım sağlayarak uzmanlıklarına katkı sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kriz İletişimi
	Kriz kavramını tanımlar.
	Kriz sürecinde iletişimin önemini kavrar.
	Potansiyel krizler hakkında bilgi sahibi olur.
	Kriz yönetim sürecinin temel bilgisini edinir.
	Kriz İletişim Teorileri
	Potansiyel kriz tespitlerinin önemini öğrenir.
	Kriz iletişimi sürecindeki teoriler hakkında detaylı bilgi edinir.
	Krizlerde Markaların İletişimi
	Markalar açısından kriz kavramının önemini kavrar.
	Krizlerin markalar açısından taşıdığı riskleri öğrenir.
	Markaların krizlerle karşı karşıya kaldığından nasıl bir yol izlemeleri gerektiğini öğrenir.
	Örgüt İçi İletişim ve Kriz Yönetimi
	Örgüt içi iletişimin temel dinamiklerini kavrar.
	Örgütsel iletişimde kriz sürecinde başarıyı sağlayacak adımları öğrenir.
	Krizlerin iç paydaşlarda yaratacağı etkileri öğrenir.
	İç paydaşlara yönelik kriz sürecinde iletişim adımlarını kavrar.
	Kriz İletişiminde Sosyal Medya
	Sosyal medyanın temel prensiplerini öğrenir.
	Sosyal medyanın krizlere olası etkilerini kavrar.
	Kriz sürecinde sosyal medyayı nasıl etkin kullanacağını öğrenir.
	Kurumsal İmaj ve Kriz Yönetimi
	Kurumlar açısından imajın önemini kavrar.
	Krizlerin kurumsal imaja etkilerini kavrar.
	Krizlerin kurumsal imajlara olumsuz etkilerini en aza indirmek için başvurulması gereken adımları öğrenir.
	Kriz, İtibar ve Yönetimi
	İtibar kavramının örgütler açısından büyük önemini kavrar.
	Kriz ile itibar arasındaki yakın ilişkiyi öğrenir.
	Kriz süreçlerinde kurumsal itibarın zedelenmemesi için nasıl hareket edilmesi gerektiğini öğrenir.
	Çok Uluslu Şirketlerde Kriz İletişimi
	Krizlerin örgütsel yapının farklılığına göre etkisinin ve türünün değiştiğini anlar.
	Çok uluslu şirketlerde kriz sürecinin nasıl yönetilmesi gerektiğini öğrenir.
	Uygulama örnekleri ile bilgisini pekiştirir.
	Belediyelerde Kriz İletişimi
	Belediyelerde kriz iletişiminin önemini kavrar.

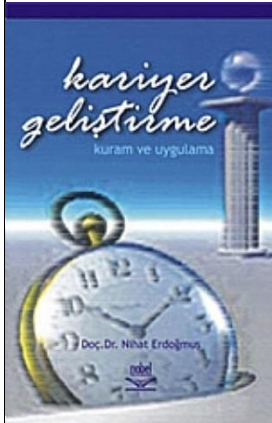
		Yerel yönetimlerin kriz yönetim süreçlerini öğrenir.	
		Uygulama örnekleri ile bilgisini pekiştirir.	
		Sivil Toplum Kuruluşları ve Kriz İletişimi	
		Sivil toplum kuruluşlarının önemini kavrar.	
		Kriz iletişimi ile sivil toplum kuruluşlarıyla iletişim arasındaki pozitif etkiyi kavrar.	
		Kriz süreçlerinde sivil toplum kuruluşlarının olası olumlu-olumsuz etkilerini öğrenir.	
		Uygulama örnekleri ile bilgisini pekiştirir.	
		Kriz İletişimi Sürecinde Halkla İlişkiler Yönetimi	
		Kriz iletişimde halkla ilişkiler uzmanlığının önemini kavrar.	
		Örgütlerde halkla ilişkiler mesleğine yaklaşım biçimi ile krizlerdeki başarı ve başarısızlıklar arasındaki yakın ilişkiyi kavrar.	
		Kriz İletişim Sürecinde Halkla İlişkiler Uygulayıcıları ve Roller	
		Halkla ilişkiler uygulayıcılarında rol kavramının önemini öğrenir.	
		Uygulayıcıların örgütsel düzeyde farklılaşan rolleri hakkında bilgi sahibi olur.	
		Roller ile kriz yönetimi arasındaki ilişkiyi kavrar.	
		Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi ve Entropi – Genel Değerlendirme	
		Halkla ilişkilerde kriz yönetim süreci ile entropi kavramı arasındaki ilişkiyi kavrar.	
		Genel değerlendirme ile eksikliklerini giderir.	
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Kriz İletişimi	PY4-PY6
3	3. Hafta	Kriz İletişim Teorileri	PY4-PY6
4	4. Hafta	Krizlerde Markaların İletişimi	PY4-PY6
5	5. Hafta	Örgüt İçi İletişim ve Kriz Yönetimi	PY4-PY6
6	6. Hafta	Kriz İletişiminde Sosyal Medya	PY4-PY6-PY16
7	7. Hafta	Kurumsal İmaj ve Kriz Yönetimi	PY4-PY6- PY9
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kriz, İtibar ve Yönetimi	PY4-PY6- PY9
10	10. Hafta	Çok Uluslu Şirketlerde Kriz İletişimi	PY4-PY6- PY9
11	11 Hafta	Belediyelerde Kriz İletişimi	PY4-PY6- PY9
12	12. Hafta	Sivil Toplum Kuruluşları ve Kriz İletişimi	PY4-PY6- PY9
13	13. Hafta	Kriz İletişimi Sürecinde Halkla İlişkiler Yönetimi	PY4-PY6- PY9
14	14. Hafta	Kriz İletişim Sürecinde Halkla İlişkiler Uygulayıcıları ve Roller	PY4-PY6- PY9
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan klasik yöntemli (yazılı) vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Kriz nedir? Potansiyel krizlerin tespit edilmesinin önemini açıklayınız. 2. Kurumsal itibar ile kriz arasında nasıl bir ilişki vardır? Tartışınız.	
Cevap Anahtarı		CEVAP 1. Beklenmedik zamanlarda meydana gelen ve örgütlerin kurumsal stratejik hedeflerini ve yaşamsal varlıklarını yok etmekle tehdit eden, cevap verilmesi için kısa bir zamanın olduğu gelişmeler olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeptendir ki örgütlerin potansiyel krizleri tespit ederek, kriz yönetim sürecine hazırlıklı olmaları yaşamsal bir anlam taşımaktadır. Nitekim olası kriz tespitleri neticesinde kriz yönetim ekibinin oluşturulması, görev dağılımlarının yapılması, simülasyonların gerçekleştirilmesi ve sürekli güncellenmesi krizin fırsata dönüştürülmesine imkan sağlayacaktır. Bu yapı üzerinden detaylı bir tartışma tam puan alacaktır. CEVAP 2. İtibar kavramı örgütler açısından en büyük yatırım kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Soyut bir kavram olmasına karşın örgütsel geri dönüşleri çok sayıda somut kazanımlara işaret etmektedir. Bir örgütün geçmiş deneyimleri ve gelecek planlamalarının paydaşlar nezdinden değerlendirilmesi neticesinde oluşturulmaktadır. İyi bir itibara sahip olan örgütler, bulundukları pazarlarda büyük avantajlar elde	

	etmektedir. Buradaki temel husus itibarın olumlu seyrini devam ettirmenin büyük bir çaba ve emek gerektirmesidir. Fakat krizler yıllarca verilmiş bu çabaların anında yok edebilecek potansiyele sahiptir. Bu sebeptir ki kriz yönetimlerinin birincil amacı kurumsal itibarın korunmasıdır. Bu yapı üzerinden detaylı bir tartışma tam puan alacaktır.
Kaynak Kitap	 Adı: Kriz Yönetimi: İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar Yayınevi: Literatürk Academia Yıl: 2014
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Halkla İlişkilerden Stratejik Halkla İlişkilere, Çiğdem Karakaya ŞATIR, Nobel Yayıncılık.

HİR415 KARİYER YÖNETİMİ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın
Oda Numarası	2-20
Ofis Saatleri	Pazartesi - Salı
E-posta	Umur.ashin@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.30 – 12.15
Derslik	2/25
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.
	Kariyer geliştirme kavramını tanımlar.
	Kariyer geliştirmenin önemini kavrar.
	Kariyer yönetimini kavramını tanımlar.
	Kariyer yönetiminin amaçlarını kavrar.
	Kariyer planlama kavramını tanımlar.
	Kariyer planlamanın aşamalarını kavrar.
	Kariyer planlaması kavramını tanımlar.
	Kariyer patikası kavramını tanımlar.
	Kariyer çapısı kavramını tanımlar.
	Kariyer şoku kavramını tanımlar.
	Ulusal ve uluslararası değişim programları
	Mevlana değişim programını tanımlar.
	Mevlana değişim programına başvuru şartlarını bilir.
	Erasmus + değişim programını tanımlar.
	Erasmus + değişim programına başvuru şartlarını bilir.
	Farabi değişim programını tanımlar.
	Farabi değişim programı başvuru şartlarını bilir.
	Temel iletişim becerileri
	Sosyal medya kullanımının avantajlarını bilir.
	Sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken hususları kavrar.
	Etkili iletişim tekniklerini kavrar.
	Dil öğreniminin önemini kavrar.
	Ağ oluşturma (Networking) önemini kavrar.
	Özgüven duygusunun iletişimdeki önemini kavrar.
	Espri anlayışının iletişimdeki önemini kavrar.
	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)
	Sivil toplum kuruluşlarının görev ve sorumluluklarını kavrar.
	Sivil toplum kuruluşlarının toplumdaki yeri ve önemini kavrar.
	Sosyal sorumluluk projelerinde alınan görevlerin kariyer patikadaki önemini kavrar.
	İnce yetenekler (Soft-Skills)
	Zaman yönetiminin önemini kavrar.
	Stres yönetiminin iş hayatındaki önemini kavrar.
	Problem çözme becerilerini geliştirir.
	İş hayatında sorumluluk almanın önemini ve kariyer patikadaki etkisini kavrar.
	Analitik düşünmenin önemini kavrar.
	Olaylara eleştirel bakış açısı ile bakmanın avantajlarını kavrar.
	İş hayatında ekip çalışmasının önemini kavrar.
	İş hayatında olaylara pozitif bakış açısıyla yaklaşmanın önemini kavrar.
	Karar alma kabiliyetinin kariyer patikadaki önemini kavrar.

		Sektör günleri (Kamu Sektörü)
		Kamu sektörünü tanıır.
		İlgili kamu sektöründe yapılan iş ve işlemleri kavrar.
		Kamu sektöründeki kariyer olanaklarını kavrar.
		İlgili kamu sektöründeki kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.
		Kamuda kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.
		Diksiyon ve beden dili
		Etkili iletişim kurmada diksiyonun önemini kavrar.
		Etkili iletişim kurmada beden dilinin önemini kavrar.
		İş görüşmelerinde diksiyon ve beden dilinin önemini kavrar.
		Etkili konuşma için gerekli ifade biçimlerinin önemini kavrar.
		Kelime vurgusunun önemini kavrar.
		Konuşma esnasında mekâna hâkimiyetin önemini kavrar.
		Hitap edilen kitle ile hitap şekli arasındaki ilişkiyi kavrar.
		Özgeçmiş ve kapak yazısı hazırlama
		Özgeçmiş yazmanın önemini ve amacını kavrar.
		Etkili bir özgeçmişin hangi bölümlerden oluşması gerektiğini kavrar.
		Özgeçmişte yer alan bölümleri doldururken dikkat etmesi gereken hususları bilir.
		Kapak yazısı hazırlamanın önemini ve amacını kavrar.
		Etkili bir kapak yazısı hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken hususları bilir.
		Sektör günleri (Özel Sektör)
		Özel sektörü tanıır.
		İlgili özel sektörde yapılan iş ve işlemleri kavrar.
		Özel sektördeki kariyer olanaklarını kavrar.
		İlgili özel sektörün kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.
		Özel sektörde kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.
		Etkili mülakat teknikleri
		İşe alım sürecinde mülakatın önemini kavrar.
		Mülakat öncesi dikkat etmesi gereken hususları bilir.
		Mülakat aşamasında dikkat etmesi gereken hususları bilir.
		Mülakatta karşılaşılabileceği genel soruları bilir.
		Mülakatta karşılaşılabileceği mesleki soruları bilir.
		Sektör günleri (Akademi)
		Akademik hayatı tanıır.
		Akademik hayattaki kadro ve pozisyonlar hakkında bilgi sahibi olur.
		Akademide kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.
		Akademik kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.
		Sektör günleri (Girişimcilik)
		Girişimcilik kavramını bilir.
		Girişimciliğin de bir kariyer patikası olduğunu kavrar.
		Girişimci olmanın temel özelliklerini bilir.
		Bireysel girişimcilik yeteneğini ölçer.
		Girişimcilere yapılan teşvik ve destekler hakkında bilgi sahibi olur.
		Ders değerlendirmesi ve proje detayları
		Dersin genel değerlendirmesini yapar.
		Ders kapsamında yapılan uygulamaların sonuçlarını analiz eder.
		Kendi kariyer patikasını oluşturur.
Hafta-Tarih		İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası
2	2. Hafta	Dersin genel tanıtımı ve kariyer kavramı
3	3. Hafta	Ulusal ve uluslararası değişim programları
4	4. Hafta	Temel iletişim becerileri
5	5. Hafta	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)
6	6. Hafta	İnce yetenekler (Soft-Skills)
7	7. Hafta	Sektör günleri (Kamu Sektörü)

		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Diksiyon ve beden dili	PY14
10	10. Hafta	Özgeçmiş ve kapak yazısı hazırlama	PY11, PY13
11	11 Hafta	Sektör günleri (Özel Sektör)	PY7, PY15
12	12. Hafta	Etkili mülakat teknikleri	PY10, PY13
13	13. Hafta	Sektör günleri (Akademi)	PY11, PY15
14	14. Hafta	Sektör günleri (Girişimcilik)	PY11, PY13
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
	Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, derse devam (%10), Profesyonel özgeçmiş ve ön yazı örneği hazırlama (%10), kariyer platformlarında profil oluşturma (%10), mülakat simülasyonu (%10), kariyer merkezi etkinliklerine katılım (%20), kariyer danışmanı görüşmeleri (%10) ve kaynak kitaplar ve derste anlatılan konular esas alınarak hazırlanacak olan klasik dönem sonu sınavı (%30) aracılığıyla yapılacaktır. Kariyer merkezi etkinliklerine katılım, kariyer danışmanı görüşmeleri ve dönem sonu sınavının ağırlıklı ortalaması final sınav notunu (%60) oluşturacaktır.	
	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: TOĞU KARMER tarafından hazırlanan kariyer rehber kitabı.	
	Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Yazar/Editör: Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.	

HİR 403 REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır POLAT
Oda Numarası	2/20
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 9.30 – 12.15
Derslik	2/18
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı öğrencilerin reklam sürecinin tüm aşamalarını ve dinamiklerini öğrenmelerini sağlamak ve başarılı örnekler çerçevesinde bu bilgiyi pekiştirmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Reklam Kavramı, Önemi, İletişim Biçimi ve Tarihine Bakış
	Reklamın amacını ve önemini kavrar.
	Dünya'daki ve Türkiye'deki gelişim seyrini kavrar.
	İletişim etkinliği olarak reklamı analiz edebilir.
	Reklamın temel dinamiklerini öğrenir.
	Reklam ve Toplum
	Reklam, etik ve kültür kavramları arasındaki ilişkiyi kavrar.
	Reklam Etiği çerçevesinde toplumsal kaygıların farkına varır.
	Reklam ve İkna
	İkna kavramının önemini ve tarihsel gelişimini öğrenir.
	Reklam kampanyaları sürecinde iknanın önemini kavrar.
	İkna sürecindeki temel öğeleri ve modelleri öğrenir.
	Tüketici Davranışları ve Reklam
	Tüketici davranışlarındaki temel dinamikleri öğrenir.
	Reklam ile tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi öğrenir.
	Tüketici davranışlarında etkili olan faktörleri öğrenir.
	Tüketici satın alma karar süreci hakkında bilgi sahibi olur.
	Reklam Sektöründe Taraflar
	Reklamcılık sürecindeki taraflar hakkında bilgi sahibi olur.
	Reklam verenlerin süreçteki önemini kavrar.
	Reklam ajansları, medya ve hedef kitlenin önemini kavrar.
	Reklam Ortamları
	Reklam ortamları hakkında bilgi sahibi olur.
	Geleneksel reklam ortamlarını ve detaylarını öğrenir.
	Reklamcılık sürecinde yeni medyanın önemini kavrar.
	Stratejik Reklam Kampanya Planlaması I
	Reklam kampanyası kavramı ve önemini kavrar.
	Reklam kampanyası planlama sürecinin aşamaları görmeye başlar.
	Durum analizinin nasıl yapılacağını öğrenir.
	Stratejik Reklam Kampanya Planlaması II
	Reklam amaçlarının nasıl belirleneceğini, neler dikkat edilmesi gerektiğini öğrenir.
	Reklam amaçlarının belirlenme sürecinde ön plana çıkan modelleri öğrenir.
	Reklam kampanya sürecinde hedef kitlenin önemini kavrar.
	Reklam Kampanyalarında Yaratıcı Brief, Medya Stratejisi ve Bütçe
	Yaratıcı reklam sürecinin inceliklerini öğrenir.
	Medya stratejisinde dikkat edilmesi gerekenler hakkında bilgi sahibi olur.
	Reklam bütçesinin önemini kavrar.
	Reklamda Yaratıcılık I
	Reklamlarda yaratıcılığın önemini kavrar.
	Reklamlarda yaratıcı süreç hakkında bilgi sahibi olur.
	Yaratıcı stratejileri öğrenir.
	Temel yaratıcı stratejiler hakkında bilgi sahibi olur.
	Reklamda Yaratıcılık II
	Frazer ve Taylor'un yaratıcı strateji sınıflandırmasını öğrenir.

		Yaratıcı ekoller hakkında bilgi sahibi olur. Reklamdaki çekicilik türlerini öğrenir.	
		Reklam Kampanyasında Medya Planlama	
		Medya Planlama sürecinin ve uygulama aşamasını öğrenir.	
		Medya planlama aşamalarını öğrenir.	
		Medya planlamada zamanlama stratejini ve ortam seçimini öğrenir.	
		Örnek kampanya örnekleri	
		Yapılmış reklam kampanyaları üzerinden bilgisini pekiştirir.	
		Genel değerlendirme ile eksikliklerini giderir.	
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Reklam Kavramı, Önemi, İletişim Biçimi ve Tarihine Bakış	PY13
3	3. Hafta	Reklam ve Toplum	PY13
4	4. Hafta	Reklam ve İkna	PY13-PY14
5	5. Hafta	Tüketici Davranışları ve Reklam	PY13-PY14-PY18
6	6. Hafta	Reklam Sektöründe Taraflar	PY14
7	7. Hafta	Reklam Ortamları	PY14-PY16
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Stratejik Reklam Kampanya Planlaması I	PY14
10	10. Hafta	Stratejik Reklam Kampanya Planlaması II	PY14
11	11 Hafta	Reklam Kampanyalarında Yaratıcı Brief, Medya Stratejisi ve Bütçe	PY14
12	12. Hafta	Reklamda Yaratıcılık I	PY14-PY16
13	13. Hafta	Reklamda Yaratıcılık II	PY14-PY16
14	14. Hafta	Reklam Kampanyasında Medya Planlama	PY16-PY18
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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. Stratejik kampanya planlama sürecinde medya planı aşamaları nelerdir? Açıklayınız. 2. Başarılı bir reklam kampanyasında en önemli husus yaratıcı reklamların oluşturulmasıdır. Bu kapsamda reklamlarda temel yaratıcı stratejiler hususunda bilgi veriniz.	
Cevap Anahtarı		CEVAP 1. Bir reklam kampanyasında medya planlaması oldukça önemlidir. Medya planlamasını yaparken dikkat edilmesi gereken aşamalar söz konusudur. Dolayısıyla soru kapsamında öğrencinin bu aşamaları yazması ve açıklaması beklenmektedir. Aşamalar şunlardır: - Medya amaçları - Yarışmacı analizleri - Hedef kitle analizleri - Medya alışkanlıkları - Medya seçimi - Medya stratejisi - Bütçe ve akış şeması Bu aşamaların temel mantığını açıklaması beklenmektedir. CEVAP 2. Reklam sürecini planlamak ne kadar önemli ise başarılı reklamların oluşturulması ve hedef kitlede istenilen etkiyi yaratması da bir o kadar önemlidir. Bu sebeptendir ki yaratıcılık reklam kampanya sürecinin önemli bir ögesidir. Yaratıcı reklam oluşturulmak isteniyorsa birçok hususa dikkat edilmesi gerekmektedir. Yaratıcı stratejiler de bunlardan birisidir. Bu soru kapsamında öğrencilerin temel stratejileri belirtmeleri ve açıklamaları beklenmektedir. Bu temel stratejiler şunlardır: - Benzersiz satış önerisi - Duygusal satış önerisi	

	c. Marka imajı stratejisi d. Konumlandırma stratejisi	
Kaynak Kitap		Adı: Reklam Yönetimi Yayınevi: Beta Yıl: 2018
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Sektörün Penceresinden Reklam Süreci / Gresi Sanje Dahan / Beta Yayıncılık-2011	

HİR404 PROJE

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/20		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Perşembe 13.00 – 16.30		
Derslik	2/25		
Dersin Amacı	Proje kavramını, proje türlerini, bilimsel yöntemi kavramak ve bir araştırma projesi hazırlamak, yürütmek ve sonuçlandırmaktır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Proje ile ilgili temel kavramları açıklar.		
	Proje türlerini açıklar.		
	Bilimsel yöntemin aşamalarını kavrar.		
	Alanıyla ilgili herhangi bir konuda bilimsel çalışmaları değerlendirir.		
	Özgün bir proje konusu belirler.		
	Araştırma problemine uygun araştırma modelini seçer.		
	Uygun örnekleme tekniklerini kullanır.		
	Uygun veri toplama tekniğini seçer.		
	Verilerini hangi yolla analiz edebileceğini açıklar.		
	Proje raporu hazırlar.		
Poster ve broşür tasarlama tekniklerini uygular.			
Projenin yaygın etkisini değerlendirir.			
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Proje nedir	
3	3. Hafta	Proje için konu geliştirme	
4	4. Hafta	PCM	
5	5. Hafta	PCM	
6	6. Hafta	PCM	
7	7. Hafta	PCM	
		Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)	
9	9. Hafta	Kalkınma Ajansı Projeleri	
10	10. Hafta	Kalkınma Ajansı Projeleri	
11	11 Hafta	Ulusal Ajans Projeleri	
12	12. Hafta	Horizon Projeleri	
13	13. Hafta	Halkla ilişkiler perspektifinde proje hazırlama	
14	14. Hafta	Genel değerlendirme	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 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			
Cevap Anahtarı			
Kaynak Kitap			
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Ulusal Ajans dökümanları Kalkınma Ajansı dökümanları https://www.sweetprocess.com/project-management-process/		

	https://www.sweetprocess.com/project-management-process/
--	---

	Arto, K., Kujala, J., Dietrich, P., & Martinsuo, M. (2008). What is project strategy?. International Journal of Project Management, 26(1), 4-12.
--	---

HİR411 İNSAN HAKLARI VE DEMOKRASİ

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Umur Aşkın		
Oda Numarası	2/16		
Ofis Saatleri	Pazartesi - Salı		
E-posta	Salı 13.00 – 15.30		
Ders Zamanı	umur.ashkin@gop.edu.tr		
Derslik	2/25		
Dersin Amacı	İnsan hakları ve demokrasi kavramının evrensel temel ilkelerini ve özelliklerini bilir. Ülkenin eğitim amaçları doğrultusunda insan hakları ve demokrasi eğitiminin özelliklerini ve uygulama boyutunu açıklar.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Hukuk kavramını tanımlar		
	Vatandaş kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Hak kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Ödev kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Özgürlük, kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Demokrasi kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Demokrasi ve Özgürlük kavramları arasındaki ilişkiyi kavrar		
	Devlet kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	İnsan hakları kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Temel haklar ve özgürlükler kavramlarını tanımlar ve önemini kavrar		
	Kişisel Haklar ve Özgürlükler kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Siyasal Haklar ve Özgürlükler kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Klasik Haklar kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Sosyal ve Ekonomik Haklar ve Özgürlükler kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	Yeni Haklar veya Dayanışma Hakları veya Üçüncü Kuşak Haklar kavramını tanımlar ve önemini kavrar		
	İnsan Hakları Ve Demokrasinin Tarihsel Gelişimini kavrar		
	İnsan Haklarının Uluslararası Alana Geçişinin önemini kavrar		
	1982 Tarihli Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda İnsan Hakları Ve Demokrasi kavramlarının gelişimini kavrar		
	İnsan Hakları Ve Demokrasi Eğitiminin önemini kavrar		
Hafta-Tarih			İlgili Program Yeterliği
1	1. Hafta	Oryantasyon haftası	
2	2. Hafta	Hukuk Kavramı	PY2, PY8, PY11
3	3. Hafta	İnsan Ve Vatandaş Kavramları	PY2, PY8, PY11
4	4. Hafta	Hak Ve Ödev Kavramları	PY2, PY8, PY11
5	5. Hafta	Özgürlük Kavramı	PY2, PY8, PY11
6	6. Hafta	Demokrasi Kavramı	PY2, PY8, PY11
7	7. Hafta	Devlet Kavramı	PY2, PY8, PY11
Ara Sınav (08-16 Kasım 2025)			
9	9. Hafta	İnsan Hakları Kavramı	PY2, PY8, PY11
10	10. Hafta	Temel Haklar Ve Özgürlükler Kavramı	PY2, PY8, PY11
11	11. Hafta	İnsan Hakları Ve Demokrasinin Tarihsel Gelişimi	PY2, PY8, PY11
12	12. Hafta	İnsan Haklarının Uluslararası Alana Geçiş	PY2, PY8, PY11
13	13. Hafta	1982 Anayasasında İnsan Hakları Ve Demokrasi	PY2, PY8, PY11
14	14. Hafta	Okulda ve sınıfta demokrasi ve insan hakları uygulamaları	PY2, PY8, PY11, PY14, PY15
Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)			
Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)			

Değerlendirme	Bu dersin değerlendirilmesi, 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	Dersin değerlendirilmesi öğrencilere verilecek haftalık ve dönemlik ödevler ve sunumlar şeklinde gerçekleştirilecektir. Bu nedenle örnek soru yoktur.
Cevap Anahtarı	Öğrencilere hazırlayacakları ödevlerle ilgili beklentiler ve hazırlanacak ödevlere yönelik içerikler ödevlerin verileceği derslerde ayrıntılı bir şekilde açıklanacaktır.
Kaynak Kitap	1) Mesut Gülmez, İnsan Hakları ve Demokrasi Eğitimi: Egemenlik İnsanındır, TODAİE Yayınları, Ankara, 2001.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	2) Ioanna Kuçuradi, İnsan Hakları: Kavramları ve Sorunları, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara, 2011. 3) Alâeddin Şenel, İnsanlık Tarihi Boyunca İnsan Hakları Demokrasi İlişkisi, İzmir Barosu Yayını, İzmir, 1996. 4) Rüştü Yeşil, Okul ve Ailede İnsan Hakları ve Demokrasi Eğitimi, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2002. 5) S. Savaş Büyükkaragöz & Ş. Kesici, Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi, Türk Demokrasi Vakfı, Ankara, 1998.

4. SINIF BAHAR DÖNEMİ DERS PLANLARI

HİR410 SAĞLIK İLETİŞİMİ

Öğretim Görevlisi	Öğr.Gör.Dursun YILMAZ
Oda Numarası	2/17
Ofis Saatleri	Çarşamba
E-posta	dursun.yilmaz@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15 – 16.15
Derslik	2/22
Dersin Amacı	Bu ders; sağlık işletmelerinde halkla ilişkilerin yeri, önemi, halkla ilişkiler örgütlenmesi, sağlık işletmelerinin kendini topluma iyi tanıtması, işletmenin tanıtımına yönelik faaliyetlerin organize edilmesi, işletmenin çalışanlarca iyi tanınması, çalışanlara yönelik halkla ilişkiler eğitimi, farklı çevrelerle iletişimde halkla ilişkilerin önemi, kurumsal imajın oluşturulmasında halkla ilişkiler, sağlık iletişimi, sağlığı geliştirme, duyurum faaliyetleri, İletişim teknikleri, iletişim yöntemleri, sosyokültürel konumu belirleyen faktörler, sosyoekonomik ve kültürel konumun sağlık üzerine etkileri, basınla ilişkiler, halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında kriz yönetimi, halkla ilişkilerde örgütlenme modelleri, yaklaşım ve sorun çözme konularını içerir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla ilişkilerin Sağlık işletmelerinde konumunu ve işlevlerini açıklar. Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin önemini ve gerekliliğini kavrar. Halkla ilişkilerin Sağlık işletmelerinde konumunu ve işlevlerini açıklar. Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin önemini ve gerekliliğini kavrar. Halkla ilişkilerin Sağlık işletmelerinde konumunu ve işlevlerini açıklar. Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin önemini ve gerekliliğini kavrar. Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin örgütlenmesi ve faaliyetlerinde kullanılan teknikleri bilir Halkla İlişkiler kavramını tanımlar ve Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin örgütlenmesi ve faaliyetlerinde kullanılan teknikleri bilir. Halkla İlişkiler kavramını tanımlar ve Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin örgütlenmesi ve faaliyetlerinde kullanılan teknikleri bilir. Halkla İlişkilere yakın kavramları ve ilgili diğer disiplinleri tanıır. Halkla ilişkilerde iletişim, iç iletişim, medya yönetimi bilgilerine sahip olur. Halkla İlişkilere yakın kavramları ve ilgili diğer disiplinleri tanıır. Halkla ilişkilerde iletişim, iç iletişim, medya yönetimi bilgilerine sahip olur. Sağlık kurumlarında kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler faaliyetlerini tanıır. Kurum imajının önemini kavrar. Sağlık kurumlarında kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler faaliyetlerini tanıır. Kurum imajının önemini kavrar. Halkla ilişkiler çalışmalarında medyanın önemini tartışır. Kurumun tanıtımına yönelik faaliyetlerin organize edilmesi konularında bilgi ve organizasyon becerisi kazanır. Halkla ilişkiler çalışmalarında medyanın önemini tartışır. Kurumun tanıtımına yönelik faaliyetlerin organize edilmesi konularında bilgi ve organizasyon becerisi kazanır. Halkla ilişkiler çalışmalarında medyanın önemini tartışır. Kurumun tanıtımına yönelik faaliyetlerin organize edilmesi konularında bilgi ve organizasyon becerisi kazanır. Sağlık kurumlarında Halkla ilişkiler departmanında görev alacak personelin sahip olması gereken özellikleri ve sorumluluklarını bilir Sağlık kurumlarında Halkla ilişkiler departmanında görev alacak personelin sahip olması gereken özellikleri ve sorumluluklarını bilir Sağlık kurumlarında Halkla ilişkiler departmanında görev alacak personelin sahip olması gereken özellikleri ve sorumluluklarını bilir
Hafta-Tarih	
1	1. Hafta
	Oryantasyon Haftası

2	2. Hafta	Halkla İlişkiler kavramının tanımı, Halkla İlişkilerin kapsamı ve içeriği, Halkla İlişkilerin gelişimi	PY10, PY11
3	3. Hafta	Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler ihtiyacını ortaya çıkaran nedenler ve Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerin önemi	PY10, PY11
4	4. Hafta	Halkla İlişkilere yakın kavramlar; Halkla İlişkiler ve İletişim	PY10, PY11
5	5. Hafta	Halkla İlişkilere yakın kavramlar; Renkler, amblem, logo, slogan v.b	PY10, PY11
6	6. Hafta	Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkilerin örgütlenme biçimi, Halkla İlişkiler departmanlarının yapılanması	PY10, PY11
7	7. Hafta	Sağlık Kuruluşlarında halkla ilişkiler faaliyetleri; Lobicilik, sponsorluk, imaj yaratma	PY10, PY11
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Sağlık kurumlarında Halkla İlişkilerde hedef kitle, hedef kitlenin tanımı	PY10, PY11
10	10. Hafta	Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkilerde Medya İle İlişkiler, Etkin medya yönetimi, takibi ve medya seçimi	PY10, PY11
11	11 Hafta	Sağlık Kurumlarında Kurum içi halkla ilişkiler, Uygulama alanları. İç hedef kitlenin tanımı ve belirlenmesi	PY10, PY11
12	12. Hafta	Sağlık kurumlarında, Kurum Dışı Halkla İlişkiler ve İletişim	PY10, PY11
13	13. Hafta	Sağlık Kurumlarında Kurum Dışı halkla ilişkiler, Uygulama alanları. Dış hedef kitlenin tanımı ve belirlenmesi	PY10, PY11
14	14. Hafta	Sağlık kurumlarında Halkla İlişkiler alanında görev yapacak kişilerde bulunması gereken özellikler	PY10, PY11
		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			
Cevap Anahtarı			
Kaynak Kitap		Canöz, K., (2010), Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamaları, Palet Yayınları	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Tengilimoğlu, D. (2001). Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler, Gazi Press., Ankara	

HİR404 HALKLA İLİŞKİLERDE ÖRNEK OLAYLAR

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Hıdır Polat		
Oda Numarası	2/17		
Ofis Saatleri	Perşembe - Cuma		
E-posta	hidir.polat@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Perşembe 09.15 – 12.15		
Derslik	2/22		
Dersin Amacı	Öğrencilerin yaşanmakta olan veya geçmişte yaşanmış olaylar yardımıyla halkla ilişkiler uygulama ve kampanyalarını analiz edebilmeleri amaçlanmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla ilişkilerin gelişimini öğrenir.		
	Halkla ilişkilerde uygulamalarını bilir.		
	Halkla ilişkiler uygulamaları süreci		
	Halkla ilişkilerde kriz yönetimi uygulamaları		
	Kriz yönetimi süreçlerini öğrenir		
	Halkla ilişkiler açısından kriz yönetiminin yararlarını öğrenir.		
	Kurum içi halkla ilişkiler uygulamaları		
	Kurumsal iletişimi öğrenir.		
	Kurum içi halkla ilişkiler yöntemlerini öğrenir.		
	Halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk uygulamaları		
	Sosyal sorumluluk kavramını öğrenir		
	Örnek sosyal sorumluluk projelerini öğrenir		
	Sosyal sorumluluk projelerinde halkla ilişkilerin önemini bilir.		
	Sosyal sorumluluk uygulamalarını öğrenir		
	Halkla ilişkiler ve medya ilişkisinin önemini öğrenir		
	Halkla ilişkilerde pazarlama yönelimli uygulamalar		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Halkla ilişkiler uygulamaları süreci	PY9, PY11
3	3. Hafta	Halkla ilişkilerde kriz yönetimi uygulamaları	PY9, PY11
4	4. Hafta	Kurum içi halkla ilişkiler uygulamaları	PY9, PY11
5	5. Hafta	Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi uygulamaları	PY9, PY11
6	6. Hafta	Halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk uygulamaları	PY9, PY11
7	7. Hafta	Halkla ilişkiler ve medya uygulamaları	PY9, PY11
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Fuar ve festivallerde halkla ilişkiler uygulamaları	PY9, PY11
10	10. Hafta	Halkla ilişkilerde pazarlama yönelimli uygulamalar	PY9, PY11
11	11. Hafta	Örnek olay incelemeleri I	PY18,PY19
12	12. Hafta	Örnek olay incelemeleri II	PY18,PY19
13	13. Hafta	Örnek olay incelemeleri III	PY18,PY19
14	14. Hafta	Örnek olay incelemeleri IV	PY18,PY19
		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			
Cevap Anahtarı			

Kaynak Kitap	Yazar/Editör: Yılmaz R.A. (2010). Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar. Eskişehir: Açıköğretim Üniversitesi Yayınları Pakson, A. Ç. (1999). Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları. ROTA Yayınları Aydede, C. (2005). Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİR416 KAMUOYU VE PROPAGANDA

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üye. Fatih Ceylan		
Oda Numarası	2/16		
Ofis Saatleri	Salı-Çarşamba-Perşembe		
E-posta	Fatih.ceylan@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Perşembe 13.15 – 16.15		
Derslik	2/22		
Dersin Amacı	Bu ders; reklamcılık yönetimini, toplum ve serbest piyasa ekonomi koşulları içinde hem kurumsal bir yapı olarak hem de temel bir yönetsel fonksiyon olarak ele almaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kamuoyu Kavramına Genel Bakış		
	Kamu, Oy ve Kamuoyu tanımını bilir		
	Tarihsel süreçlerine hakim 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		
	Kamuoyu araştırmalarında etkili olan unsurları öğrenir		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Kamuoyu Kavramına Genel Bakış	PY13, PY15
3	3. Hafta	Kamuoyu Kavramı	PY13, PY15
4	4. Hafta	Kamuoyu Araçları	PY13, PY15
5	5. Hafta	Kamuoyu Oluşturma	PY13, PY15
6	6. Hafta	Kamuoyu İle İlgili Teorik Yaklaşımlar	PY13, PY15
7	7. Hafta	Kamuoyu İle İlgili Teorik Yaklaşımlar	PY13, PY15
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Kamuoyu Oluşmasında Medyanın Rolü?	PY13, PY15
10	10. Hafta	Kamuoyu Oluşmasında Medyanın Rolü?	PY13, PY15
11	11. Hafta	Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Üzerine Etkisi	PY13, PY15
12	12. Hafta	Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Üzerine Etkisi	PY13, PY15
13	13. Hafta	Kamuoyu Araştırmaları I	PY13, PY15
14	14. Hafta	Kamuoyu Araştırmaları II	PY13, PY15
		Dönem Sonu Sınavı (2 – 12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirilmesi, 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	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
Cevap Anahtarı	1)d, 2)b
Kaynak Kitap	Kamuoyu iletişim ve demokrasi – Arsev Bektaş
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kamuoyu iletişim ve demokrasi – Arsev Bektaş

HİR402 İTİBAR YÖNETİMİ

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi		
Oda Numarası	2/19		
Ofis Saatleri	Perşembe – Cuma		
E-posta	Murat.seyfi@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Cuma 13.15 – 16.15		
Derslik	2/22		
Dersin Amacı	İşletmelerin toplumsal kabulü sağlamak ve diğerlerinin gözünde yarattıkları imajı yönetmek durumundadırlar. Bu kapsamda bu derste kurumsal itibar kavramının kapsamı kurumlar açısından sağladığı faydaları ve söz konusu kavramı yönetme sürecinin nasıl yapılandırıldığı hakkında öğrencilerde bir açılım yaratmak amaçlanmaktadır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	İtibar kavramını ve kapsamını öğrenebilmek; Kurumsal imaj, kimlik ve itibar ilişkisini öğrenebilmek; Kurumsal itibar yönetimi ve çerçevesini analiz edebilmek Kurumsal itibar ve işletme ilişkisini kurabilmek Kurumsal imaj, medya, Sosyal medya, ilişkisini tanımlayabilmek Paydaş yönetimi ve itibar kavramını ilişkilendirebilmek İtibar kavramını ve kapsamını öğrenebilmek Kurumsal imaj, kimlik ve itibar ilişkisini öğrenebilmek Kurumsal itibar yönetimi ve çerçevesini analiz edebilmek Kurumsal itibar ve işletme ilişkisini kurabilmek Kurumsal imaj, medya, Sosyal medya, ilişkisini tanımlayabilmek Paydaş yönetimi ve itibar kavramını ilişkilendirebilmek İtibar kavramını ve kapsamını öğrenebilmek Kurumsal imaj, kimlik ve itibar ilişkisini öğrenebilmek Kurumsal itibar yönetimi ve çerçevesini analiz edebilmek Kurumsal itibar ve işletme ilişkisini kurabilmek		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	İşletmeler, küreselleşme değişen çevre koşullarının analizi	PY10,PY11
3	3. Hafta	Modern Yönetim Anlayışındaki gelişmeler	PY10,PY11
4	4. Hafta	İtibar kavramı ve kapsamı	PY10,PY11
5	5. Hafta	Kurumsal İtibar Kavramı ve kavramsal çerçevesi	PY10,PY11
6	6. Hafta	Kurumsal İtibar ve sosyal sorumluluk ilişkisi	PY10,PY11
7	7. Hafta	Kurumsal İtibar Yönetimi ve Yönetmel faaliyetler	PY10,PY11
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Kurumsal İtibar ve Pazarlama İlişkisi	PY10,PY11
10	10. Hafta	Kurumsal İtibar ve İnsan Kaynakları İlişkisi	PY10,PY11
11	11 Hafta	Kurumsal İtibar ve Kriz yönetimi	PY10,PY11
12	12. Hafta	İletişim ve Kurumsal İtibar Yönetimi	PY10,PY11
13	13. Hafta	Kurumsal itibarın yapılanma süreci	PY20
14	14. Hafta	Kurumsal İtibar Yönetimi	PY20
		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) Örnek olay incelemesi yapınız		
Cevap Anahtarı	1) Öğrencinin incelediği kriz yönetim olayına göre değişmektedir.		

Kaynak Kitap	Aydem Çiftçioğlu, "Kurumsal İtibar Yönetimi" Dora Kitabevi, Bursa, Aralık 2009, ISBN 978-605-4118-45-8
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Aydem Çiftçioğlu, "Kurumsal İtibar Yönetimi" Dora Kitabevi, Bursa, Aralık 2009, ISBN 978-605-4118-45-8

HİR406 BİTİRME PROJESİ

Öğretim Görevlisi	Prof. Dr. Murat Seyfi, Doç. Dr. Hıdır Polat, Doç. Dr. Umur Aşkın, Dr. Öğr. Üye. Fatih Ceylan		
Oda Numarası			
Ofis Saatleri			
E-posta			
Ders Zamanı	Çarşamba - Cuma		
Derslik	2/22		
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrenciye kendi mesleki ve akademik alanına dair herhangi bir konuda bilimsel bir proje hazırlama ve ortaya koyma deneyimi kazandırmaktır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Konuların belirlenmesi ve planlamanın yapılması		
	Öğrenci alanı dâhilinde genel olarak hangi nitelikte konuların değerlendirilmesi gerektiğini öğrenir.		
	Alanıyla ilişkili konuların önemini kavrar. Konuların belirlenmesi ve planlamanın yapılması		
	Öğrenci konuyla ilgili araştırma tasarımının nasıl planlanacağını deneyimler.		
	Öğrenci konunun bilimsel olarak nasıl planlanması gerektiğini pekiştirir.		
	Konuyla ilgili incelemeler ve literatür taramasının kontrolü		
	Öğrenci konu çerçevesindeki ilgili incelemeler ve literatür taramasını öğrenir.		
	Öğrenci konu çerçevesinde ilgili incelemeler ve literatür taramasının genellikle hangi tür bilimsel kaynaklardan yola çıkılarak yapılabileceğini ortaya koyar.		
	Öğrenci araştıracağı konuya dair literatür kaynakları ve literatürün eksiklikleri ve farklılıklarını değerlendirebilir.		
	Öğrenci konuyla ilgili araştırmanın problemi ve amacı doğrultusunda temel ve yardımcı kaynaklar ile işlevsel kavramlar ve kuramların sınırlarını belirler.		
	Öğrenci, konuyla ilgili topladığı verileri inceleyebilir.		
	Öğrenci, konuyla ilgili topladığı verileri proje tasarımı ve uygulama aşamasına uygun bir şekilde sınıflandırabilir.		
	Öğrenci, konuyla ilgili topladığı verilerdeki eksiklikleri tamamlayabilir.		
	Öğrenci, konuyla ilgili topladığı verileri revize edebilir.		
	Öğrenci, konuyla ilgili bulguların sorunları ve eksiklerini telafi edebilir.		
	Öğrenci, konuyla ilgili bulguları yorumlayabilir. Öğrenci, bulgulara yönelik yorum ve değerlendirmelerini revize edebilir.		
Hafta-Tarih			
1	1. Hafta	Oryantasyon Haftası	
2	2. Hafta	Ders Hakkında Genel Tanıtım	PY8, PY20
3	3. Hafta	Konuların belirlenmesi ve planlamanın yapılması	PY8, PY20
4	4. Hafta	Konuyla ilgili incelemeler ve literatür taramasının kontrolü	PY8, PY20
5	5. Hafta	Konuyla ilgili toplanan verilerin kontrolü	PY8, PY20
6	6. Hafta	Konuyla ilgili elde edilen bulguların kontrolü	PY8, PY20
7	7. Hafta	Proje bölümlerinin incelenmesi	PY20, PY17
		Ara sınavlar (4 – 12 Nisan 2026)	
9	9. Hafta	Proje Kontrolü	PY8, PY20, PY14
10	10. Hafta	Proje Kontrolü	PY8, PY20, PY14
11	11 Hafta	Projenin tamamlanması	PY8, PY20, PY14
12	12. Hafta	Öğrenci tarafından yazılan projenin yazılı sunumu	PY8, PY20, PY14
13	13. Hafta	Öğrenci tarafından yazılan projenin yazılı sunumu	PY8, PY20, PY14
14	14. Hafta	Öğrenci tarafından yazılan projenin yazılı sunumu	PY8, PY20, 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	A. Bitirme Projesi dersi çerçevesinde bilimsel gerekçeli olarak araştırmanızın amacı, yöntemi/alternatif yöntemi ile varsa bulgular ve yorumu hakkında bilgi veriniz. B. Bitirme Projesi dersi çerçevesinde bilimsel gerekçeli olarak araştırmanızın süreci ve aşamaları ile mevcut durumu hakkında bilgi veriniz. C. Bitirme Projesi dersi çerçevesinde çalışma takvimiyle uyumlu bir şekilde araştırmanıza dair ek olarak yapabileceğiniz çalışmalar ve planlar ile değişiklikler (varsa) gerekçeleriyle ortaya koyunuz.
Cevap Anahtarı	Öğrenci cevapları.
Kaynak Kitap	Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.