



**TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ**  
**ERBAA MYO**  
**PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI**

**PROGRAM KILAVUZU**

**2023-2024**

## İçindekiler

<b>GENEL BİLGİLER</b> .....	2
<b>2023-2024 AKADEMİK TAKVİMİ</b> .....	3
<b>ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI</b> .....	3
<b>ÖĞRETİM ELEMANLARI</b> .....	4
<b>PROGRAM YETERLİKLERİ</b> .....	5
<b>HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ</b> .....	6
<b>Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri</b> .....	6
<b>Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri</b> .....	6
<b>DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ</b> .....	7
<b>DERS PROGRAMLARI</b> .....	9
<b>Birinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı</b> .....	9
<b>Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı</b> .....	11
<b>İkinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı</b> .....	12
<b>İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı</b> .....	13
<b>HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI</b> .....	14
<b>1. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları</b> .....	14
<b>1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları</b> .....	44
<b>2. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları</b> .....	75
<b>2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları</b> .....	104

## GENEL BİLGİLER

Program Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programın Kısa Tarihçesi	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Erbaa Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2009-2010 yıllarında açılmış olup bu tarihte ön lisans düzeyinde eğitim öğretime başlamıştır.
Programın Amacı	Halkla İlişkiler, bir organizasyonun halka dönük yüzünü temsil ederek kuruma karşı tutumları, düşünceleri, bilgileri, algıları oluşturmak ve geliştirmek için tasarlanmış iletişim faaliyetleridir. Program bu amacı gerçekleştirmek üzere firmaların, reklam-tanıtım dâhil olmak üzere tüm iletişim çalışmalarını organize etmek ve bunun yanında pazarlama faaliyetlerine destek olmak üzere teknik beceriye sahip elemanlar yetiştirir.
Bölüm Başkanı	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR <a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a> İç Hat: 51 31
Mezuniyet Koşulları	Programdan mezun olabilmek için öğrencinin, 120 AKTS kredisini sağlaması ve genel not ortalamasınının 100 üzerinden en az 60 olması gerekmektedir.
Ölçme ve Değerlendirme	Öğrenciler Tokat 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 sınav hakkı verilir. Ayrıca mezuniyet aşamasında bir dersten başarısız olduğu için mezun olamayan öğrencilere tek ders sınav hakkı tanınır.
İletişim	Adres: Erbaa Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü Gaziosmanpaşa Mah. Alişan Diktaş Cad. No: 26 P.K: 60500 Erbaa/TOKAT Telefon: 0356 725 86 92 Fax: 0356 725 86 93 e-mail: emyo@gop.edu.tr

## 2023-2024 AKADEMİK TAKVİMİ

GÜZ	
Yeni Kayıtlar	
Ders Kayıtları (İnternet Üzerinden)	25-29 Eylül 2023
Danışman Onayı	25 Eylül-1 Ekim 2023
Derslerin Başlaması	2 Ekim 2023
Ara Sınavlar	25 Kasım-3 Aralık 2023
Derslerin Bitimi	12 Ocak 2024
Yarıyıl Sonu Sınavları	15-26 Ocak 2024
Yarıyıl Sonu Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	15-28 Ocak 2024
Bütünleme Sınavları	29 Ocak-4 Şubat 2024
Bütünleme Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	29 Ocak-6 Şubat 2024
Dönem Sonu İtibariyle %10'a Giren Öğrencilerin Tespiti	8 Şubat 2024
Tek Ders Sınavı	9 Şubat 2024

BAHAR	
Yeni Kayıtlar	
Ders Kayıtları (İnternet Üzerinden)	5-9 Şubat 2024
Danışman Onayı	5-11 Şubat 2024
Derslerin Başlaması	12 Şubat 2024
Ara Sınavlar	13-21 Nisan 2024
Derslerin Bitimi	31 Mayıs 2024
Yarıyıl Sonu Sınavları	3-14 Haziran 2024
Yarıyıl Sonu Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	3-19 Haziran 2024
Bütünleme Sınavları	24 – 30 Haziran 2024
Bütünleme Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	24 Haziran-3 Temmuz 2024
Dönem Sonu İtibariyle %10'a Giren Öğrencilerin Tespiti	9 Temmuz 2024
Tek Ders Sınavı	10 Temmuz 2024

## ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI

1. Sınıf	Öğr. Gör. Dr. Pakize KAZANCI <a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a> İç Hat: 51 40	
2. Sınıf	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR <a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a> İç Hat: 51 31	
Artık Yıl	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR <a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a> İç Hat: 51 31	

## ÖĞRETİM ELEMANLARI

Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR

[serhat.bekar@gop.edu.tr](mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr)

İç Hat: 51 31

Çalışma Alanları: İletişim çalışmaları, reklamcılık, tüketici davranışları.



Öğr. Gör. Dr. Pakize KAZANCI

[pakize.kazanci@gop.edu.tr](mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr)

İç Hat: 51 40

Çalışma Alanları:



## PROGRAM YETERLİKLERİ

PY1	Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında temel güncel teknik ve teori bilgi yeterliliğine sahip olma.
PY2	İş hayatı ve sosyal hayatta gerekli olan genel sosyal ve kültürel bilgiye sahip olma.
PY3	Halkla İlişkiler, Reklamcılık, İletişim Yönetimi ve Kurumsal İletişim alanlarında en yeni bilgileri içeren ders malzemeleriyle desteklenen kavramsal ve uygulamalı bilgiye sahip olma.
PY4	Bireysel, sosyal ve çalışma hayatında diğer insanlarla olan etkileşimde doğru ve etkili bir iletişim için gerekli kişilerarası becerileri kazanabilme.
PY5	Temel ofis ve meslekleri ile ilgili bilgisayar programlarını kullanabilme.
PY6	Halkla İlişkiler kavram, strateji ve taktikleri konusunda bilgi sahibi olma ve bir halkla ilişkiler projesi hazırlayabilme.
PY7	Halkla İlişkiler, Reklam, Pazarlama gibi kurumsal iletişim planlarının hazırlanmasında gerekli olan verileri elde etmede, araştırma yöntem ve tekniklerini kullanabilme.
PY8	Reklamcılığın temel kavram ve yaratıcı stratejileri konusunda edinilen bilgilerden mesleki yaşamda etkin yararlanabilme.
PY9	Halkla İlişkiler, Reklamcılık, İletişim Yönetimi ve Kurumsal İletişim alanlarında edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilme.
PY10	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişime yönelik iletişim alanlarında organizasyonlar ve etkinlikler hazırlayabilme.
PY11	Halkla İlişkiler ve Tanıtım ile ilgili verilerin toplanması, işlenmesi ve kullanılması aşamalarında; toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere uygun davranabilme.
PY12	Halkla İlişkiler, Reklamcılık, Pazarlama İletişimi, Kurumsal İletişim ve Medya alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olup bunlara uygun davranabilmeli.

## HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ

### Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri

1. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
AİİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli</a>
TD101	TÜRK DİLİ-I	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Faruk Toydemir</a>
TOĞÜ094	DEĞERLERİMİZ	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Tülay Özer</a>
HİT105	MATEMATİK	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Ferhan Arslan</a>
HİT107	GENEL HUKUK BİLGİSİ	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun</a>
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	2	2	<a href="#">Öğr. Gör. Yasin Ünal</a>
HİT115	HALKLA İLİŞKİLER	3	1	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
HİT117	İLETİŞİME GİRİŞ	2	1	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
SEC101	SECMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	3	0	<a href="#">Öğr. Gör. Mert Güçlü</a>
SEÇ103	SEÇ. ÜNİV. DERSLERİ	2	0	
2. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
AİİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli</a>
TD102	TÜRK DİLİ-II	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Faruk Toydemir</a>
HİT114	İLETİŞİM HUKUKU	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Özge Cepni Aktas</a>
HİT116	GENEL İŞLETME	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Ömer Erol</a>
HİT118	REKLAMCILIK	3	0	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
HİT120	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Özge Cepni Aktas</a>
HİT122	KARİYER PLANLAMA	1	0	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
HİT124	İLETİŞİM TARİHİ	3	0	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
SEC102	SECMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	3	0	<a href="#">Öğr. Gör. Burcak Türk</a>

### Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri

3. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Kodu	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
HİT245	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	2	1	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
HİT247	MARKA VE MARKA STRATEJİLERİ	3	0	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
HİT249	ETİK	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
HİT251	SİYASAL İLETİŞİM	3	0	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
HİT253	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	0	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
SEÇ203	SEÇMELİ DERSLER	2	0	
4. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
HİT208	MEDYA OKURYAZARLIĞI	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Özge Cepni Aktas</a>
HİT210	SUNUM TEKNİKLERİ	2	0	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
HİT244	HALKLA İLİŞKİLERDE KAMPANYA PLANLAMASI	2	0	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
HİT246	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	2	1	<a href="#">Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı</a>
HİT248	PAZARLAMA	2	2	<a href="#">Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar</a>
SEÇ202	SEÇMELİ DERSLER I	2	2	
SEÇ204	SEÇMELİ DERSLER II	2	0	

## DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ

1.Yarıyıl Dersleri													
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
AİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
TD101	TÜRK DİLİ-I	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
TOGÜ094	DEĞERLERİMİZ												
HİT105	MATEMATİK	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-
HİT107	GENEL HUKUK BİLGİSİ	2	2	1	3	1	1	2	1	2	3	3	5
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	1	1	3	2	4	2	3	3	2	2	2	2
HİT115	HALKLA İLİŞKİLER	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	3
HİT117	İLETİŞİME GİRİŞ	1	5	4	5	4	5	1	1	5	3	5	1
SEC101	SECMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SEC103	SEÇ. ÜNİV. DERSLERİ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

2.Yarıyıl Dersleri													
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
AİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
TD102	TÜRK DİLİ-II	5	2	4	1	3	3	2	4	5	5	5	3
HİT114	İLETİŞİM HUKUKU	2	4	4	2	1	3	2	1	2	2	3	5
HİT116	GENEL İŞLETME	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-
HİT118	REKLAMCILIK	-	3	5	2	1	2	4	5	5	3	3	5
HİT120	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
HİT122	KARİYER PLANLAMA	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
HİT124	İLETİŞİM TARİHİ	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	3
SEC102	SECMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3.Yarıyıl Dersleri													
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
HİT245	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	4	1	5	2	4	2	4	5	5	3	4	2
HİT247	MARKA VE MARKA STRATEJİLERİ	3	3	5	1	3	1	2	2	5	2	3	1
HİT249	ETİK	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
HİT251	SİYASAL İLETİŞİM	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	3	2
HİT253	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	3	2	5	2	2	4	2	2	3	4	2
SEC203	SEÇMELİ DERSLER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

4.Yarıyıl Dersleri													
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
HİT208	MEDYA OKURYAZARLIĞI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-
HİT210	SUNUM TEKNİKLERİ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
HİT244	HALKLA İLİŞKİLERDE KAMPANYA PLANLAMASI	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
HİT246	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
HİT248	PAZARLAMA	2	1	4	2	1	4	5	3	5	3	5	5
SEC202	SEÇMELİ DERSLER I	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SEC204	SEÇMELİ DERSLER II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Seçmeli Dersler													
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
ALM101	ALMANCA I	1	-	-	-	2	3	-	2	1	-	-	5
FRA101	FRANSIZCA I	1	-	-	-	2	3	-	2	1	-	-	5
İNG101	İNGİLİZCE I	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
ALM102	ALMANCA II	1	-	-	-	2	3	-	2	1	-	-	5
FRA102	FRANSIZCA II	1	-	-	-	2	3	-	2	1	-	-	5
İNG102	İNGİLİZCE II	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
HİT204	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5
HİT216	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	4	1	-	3	2	-	-	2	4	5	-	-
HİT218	MASAÜSTÜ YAYINCILIK	3	3	3	2	4	2	1	3	2	1	1	1
HİT221	İŞ VE SOSYAL GÜVENLİK HUKUKU	2	4	2	5	2	2	2	2	2	4	5	5
HİT222	ELEKTRONİK TANITIM	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
HİT230	UYGARLIK TARİHİ	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
HİT231	ZİYAFET VE İKRAM HİZMETLERİ YÖNETİMİ	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
HİT232	GÖRÜNTÜ İŞLEME TEKNİKLERİ	5	3	5	5	3	1	5	2	3	2	1	1
HİT233	ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	2	1	4	5	1	1	5	3	4	1	2	3
HİT234	ÇEVRE KORUMA	3	2	1	2	3	2	1	1	2	2	-	-
HİT235	FOTOĞRAFÇILIK	3	4	4	5	-	-	-	-	3	-	-	4
HİT236	E-TİCARET	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-
HİT237	İLK YARDIM	3	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2	2
HİT238	GİRİŞİMCİLİK	-	-	-	3	3	-	4	-	-	-	-	-
HİT239	KALİTE GÜVENCE VE STANDARTLARI	-	-	3	-	-	-	-	-	4	-	5	-
HİT240	İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ	3	2	3	3	4	3	1	1	1	2	2	1
HİT241	MESLEKİ YABANCI DİL I	4	-	4	3	3	3	3	3	3	3	-	-
HİT242	MESLEKİ YABANCI DİL II	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
HİT243	REKLAM ANALİZİ	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
HİT250	HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HİT252	TÜRKİYE'NİN YÖNETİM YAPISI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HİT254	POPÜLER KÜLTÜR VE İLETİŞİM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HİT255	GÖRÜNTÜ VE SES TEKNOLOJİLERİ	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3
HİT256	ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HİT257	GÜZEL SANATLAR	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
HİT259	DİKSİYON	2	2	2	5	1	3	1	2	3	5	1	1
İŞR2091	İŞARET DİLİ	-	-	-	3	-	-	-	-	3	3	-	-

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

Uyum Haftası Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15					
09:00					
09:15					
10:00					
10:15					
11:00					
11:15					
12:00					
<b>UYUM HAFTASI</b>					
13:15					
14:00					
14:15					
15:00					
15:15					
16:00					
16:15					
17:00					

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
- Öğrenci değişim programlarının tanıtımı (Erasmus, Farabi, Mevlana Değişim programları)
- Çift Anadal ve Yandal Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Lisansüstü Eğitime ilişkin bilgilendirme
- Devam edilen okula ve programa özgü gerekli benzer bilgilendirme ve uyum çalışmalar

Ders Programı						
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Genel Hukuk Bilgisi Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun	Bağımsız Öğrenme	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Yasin Ünal	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
11:15 12:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Genel Hukuk Bilgisi Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun	Bağımsız Öğrenme	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Yasin Ünal	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
13:15 14:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Değerlerimiz Öğr. Gör. Tülay Özer	Matematik Öğr. Gör. Ferhan Arslan	Bağımsız Öğrenme	İngilizce-I Öğr. Gör. Mert Güçlü
14:15 15:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Değerlerimiz Öğr. Gör. Tülay Özer	Matematik Öğr. Gör. Ferhan Arslan	Bağımsız Öğrenme	İngilizce-I Öğr. Gör. Mert Güçlü
15:15 16:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	İngilizce-I Öğr. Gör. Mert Güçlü
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
17:00	Bağımsız Öğrenme	Türk Dili-I Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Bağımsız Öğrenme	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
18:00	Bağımsız Öğrenme	Türk Dili-I Öğr. Gör. Faruk Toydemir	Bağımsız Öğrenme	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

**Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı**  
(İKİNCİ YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Kamuoyu ve Etkili İletişim</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	<b>Reklamcılık</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Bağımsız Öğrenme	<b>İletişim Tarihi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Kamuoyu ve Etkili İletişim</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	<b>Reklamcılık</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Bağımsız Öğrenme	<b>İletişim Tarihi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Genel İşletme</b> Öğr. Gör. Ömer Erol	Bağımsız Öğrenme
11:15 12:00	<b>Reklamcılık</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	Bağımsız Öğrenme	<b>İletişim Tarihi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Genel İşletme</b> Öğr. Gör. Ömer Erol	Bağımsız Öğrenme
13:15 14:00	Bağımsız Öğrenme	<b>İletişim Hukuku</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
14:15 15:00	Bağımsız Öğrenme	<b>İletişim Hukuku</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
15:15 16:00	Bağımsız Öğrenme	<b>Kariyer Planlama</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

**İkinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı**  
(ÜÇÜNCÜ YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	Bağımsız Öğrenme	<b>Davranış Bilimleri</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Diksiyon</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Siyasal İletişim</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Reklamcılık Uygulamaları</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
10:15 11:00	<b>Etik</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Davranış Bilimleri</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Diksiyon</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Siyasal İletişim</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Reklamcılık Uygulamaları</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
11:15 12:00	<b>Etik</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Davranış Bilimleri</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Diksiyon</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Siyasal İletişim</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Reklamcılık Uygulamaları</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
13:15 14:00	<b>Marka ve Marka Stratejileri</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Araştırma Yöntem ve Teknikleri (OS)/ Araştırma Yöntemleri</b> Dr. Öğr. Üyesi İsmail ALİCİ	Bağımsız Öğrenme	<b>Reklam Analizi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme
14:15 15:00	<b>Marka ve Marka Stratejileri</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Araştırma Yöntem ve Teknikleri (OS)/ Araştırma Yöntemleri</b> Dr. Öğr. Üyesi İsmail ALİCİ	Bağımsız Öğrenme	<b>Reklam Analizi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme
15:15 16:00	<b>Marka ve Marka Stratejileri</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Güzel Sanatlar</b> Öğr. Gör. Arzu Sönmez	Bağımsız Öğrenme
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Güzel Sanatlar</b> Öğr. Gör. Arzu Sönmez	Bağımsız Öğrenme

**İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı**  
(DÖRDÜNCÜ YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Görüntü İşleme Teknikleri</b> Öğr. Gör. Raif Sadıç	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	<b>Müşteri İlişkileri Yönetimi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Görüntü İşleme Teknikleri</b> Öğr. Gör. Raif Sadıç	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	<b>Müşteri İlişkileri Yönetimi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Medya Okuryazarlığı</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme	<b>Görüntü İşleme Teknikleri</b> Öğr. Gör. Raif Sadıç	<b>Uygarlık Tarihi</b> Öğr. Gör. Fevzi Yahşi
11:15 12:00	<b>Müşteri İlişkileri Yönetimi</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Medya Okuryazarlığı</b> Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş	Bağımsız Öğrenme	<b>Görüntü İşleme Teknikleri</b> Öğr. Gör. Raif Sadıç	<b>Uygarlık Tarihi</b> Öğr. Gör. Fevzi Yahşi
13:15 14:00	<b>Sunum Teknikleri</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Halkla İlişkilerde Kampanya Planlaması</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Pazarlama</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Tüketici Davranışları</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Girişimcilik</b> Öğr. Gör. Özkan Al
14:15 15:00	<b>Sunum Teknikleri</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Halkla İlişkilerde Kampanya Planlaması</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Pazarlama</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Tüketici Davranışları</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Girişimcilik</b> Öğr. Gör. Özkan Al
15:15 16:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	<b>Pazarlama</b> Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	<b>Tüketici Davranışları</b> Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	<b>Girişimcilik</b> Öğr. Gör. Özkan Al
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

# HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI

## 1. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

### AİT101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
<b>Oda Numarası</b>	Z/31
<b>Ofis Saatleri</b>	UZEM, Perşembe 17:00 – 19:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:izzetbahri.atesli@gop.edu.tr">izzetbahri.atesli@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Perşembe 17:00 – 19:00
<b>Derslik</b>	UZEM
<b>Dersin Amacı</b>	Türkiye Cumhuriyeti devletinin kuruluş şartlarının ve özelliklerinin anlaşılabilmesi için; Türk milletini Kurtuluş Savaşı yapmak durumunda bırakan şartlarla, Kurtuluş Savaşının hangi şartlarda ve hangi ilkeler çerçevesinde gerçekleştiğini ve devletin hangi esaslar üzerine kurulduğunu kavratmak; böylece devletin kuruluş felsefesini bilen, devletin ve milletin temel değerlerine saygılı bireyler yetiştirmek
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<p><b>Dersin amacı ve kaynakları, Atatürk ilkeleri ve inkılap dersiyile ilgili temel kavramlar ve inkılâpçılık ilkesi</b></p> <p>Atatürk ilkeleri ve inkılâp tarihi-1 dersinde, Türk inkılabının oluş nedenlerini, nasıl geliştiğini ve dayandığı ilkelerin anlatılacağını ve tanıtılacağını kavrar.</p> <p>Atatürk ilkeleri ve inkılâp tarihi-1 dersinde başvurulacak kaynakların neler olduğunu bilir.</p> <p>İnkılâp kavramının ne anlama geldiğini kavrar.</p> <p>Devrim kavramının ne anlama geldiğini bilir.</p> <p>İhtilal kavramını tanımlayabilir.</p> <p>Evrim/tekâmül kavramlarının ne anlama geldiğini kavrar.</p> <p>İslahat/reform kavramlarının ne anlama geldiğini bilir.</p> <p>İsyan kavramının ne anlama geldiğini bilir.</p> <p>Darbe kavramını tanımlayabilir.</p> <p>İnkılap hareketlerinin aşamaları hakkında fikir sahibi olur.</p> <p>Türk inkılabının gelişim safhaları ve özelliklerini açıklayabilir.</p> <p>Atatürk inkılaplarının oluşmasında ortaya çıkan belirleyici etkenleri açıklayabilir.</p> <p>Cumhuriyet'in altı temel ilkesinden biri olan "İnkılâpçılık" ilkesinin önemini, özelliklerini ve gerekliliğini kavrar.</p> <p><b>Osmanlıların gerilemesinin iç sebepleri</b></p> <p>Osmanlı Devleti'nin gerilemesinin en önemli sebeplerinden biri olan devlet yönetiminde meydana gelen problemlerin neler olduğunu bilir.</p> <p>Bu problemlerin devletin gerilemesine nasıl ve ne düzeyde etki ettiğini açıklayabilir.</p> <p>Osmanlı Devleti'nin toprak düzenini ve bu toprak düzeni üzerine temellendirilen ekonomik sistemi kavrar.</p> <p>Ekonomik sistemde meydana gelen bozulmaların, devletin gerilemesi üzerine etkilerini analitik bir şekilde değerlendirebilir.</p> <p>Osmanlı Devleti'nin eğitim sisteminin özelliklerini ve sistemin nasıl işlediğini bilir.</p> <p>Eğitim sistemindeki bozulmaların ne tür problemlere yol açtığını ve devletin gerilemesi üzerindeki önemli etkilerini açıklayabilir.</p> <p><b>Osmanlıların gerilemesinin dış sebepleri</b></p> <p>Osmanlı Devleti'nin gerilemesine neden olan sömürgeciliğin ne zaman ortaya çıktığını ve nasıl geliştiğini bilir.</p> <p>Sanayi devrimi'nin nasıl ve hangi koşullarda ortaya çıktığını, Osmanlı Devleti'nin gerilemesine nasıl etki ettiğini açıklayabilir.</p>

<p>“Emperyalizm” kavramının ne anlama geldiğini ve batılı devletlerin Osmanlı Devleti üzerindeki emellerinin neler olduğunu bilir.</p> <p>“Şark Meselesi”nin ne anlama geldiğini açıklayabilir ve Batılı devletlerin Osmanlı Devleti’ni paylaşma projelerini bu kavram ışığında analitik olarak değerlendirebilir.</p>
<p><b>Çağdaş dünyanın temel kavramları</b></p> <p>Aydınlanma felsefesinin nasıl ortaya çıktığını, özelliklerini, Rönesans ve Reform hareketlerinin aydınlanma çağı üzerindeki etkilerini değerlendirebilir.</p> <p>Kaynağını Fransız İhtilali’nden alan, demokrasi, laiklik, milliyetçilik, liberalizm ve sosyalizm kavramlarının sözlük anlamlarını tanımlayabilir.</p> <p>Bu kavramların 1789’da gerçekleşen Fransız İhtilali’nden sonra Fransız Milli Meclisi tarafından yayınlanan “İnsan ve Vatandaş Hakları Demeci”nde ne şekilde yer aldığını kavrar.</p>
<p><b>Osmanlı Devleti’nde yenileşme hareketleri 1</b></p> <p>Lale Devri’nde (1718’den sonra) gerçekleştirilen yenileşme hareketlerini açıklayabilir.</p> <p>III. Selim zamanında yapılan yenilikleri açıklayabilir.</p> <p>II. Mahmut döneminde gerçekleştirilen yenileşme hareketlerini açıklayabilir.</p>
<p><b>Osmanlı Devleti’nde yenileşme hareketleri 2</b></p> <p>Tanzimat ve Islahat Fermanlarının ne zaman, hangi koşullarda ve neden yayımlandığını bilir.</p> <p>Tanzimat ve Islahat Fermanlarının kapsamını ve önemini kavrar.</p> <p>Tanzimat ve Islahat Fermanlarını müteakip, hangi alanlarda ıslahatlar yapıldığını açıklayabilir.</p> <p>Bu fermanlarla ulaşılmak istenen hedeflere neden ulaşamadığını açıklayabilir.</p> <p>Yeni Osmanlılar hareketinin nasıl ortaya çıktığını, bu hareketin başlıca temsilcilerini ve Osmanlı politik hayatına yaptıkları katkıları bilir.</p> <p>Osmanlı Devleti’nin ilk anayasası olan Kanun-ı Esasi’nin hangi şartlarda kabul edildiğini ve I. Meşrutiyet döneminde yaşanan siyasi gelişmeleri açıklayabilir.</p> <p>I. Meşrutiyet döneminin nasıl ve ne zaman sona erdiğini bilir.</p>
<p><b>Osmanlı Devleti’nin son döneminde fikir akımları</b></p> <p>II. Abdülhamid döneminin siyasi atmosferi, bu dönemde yaşanan iç ve dış politik gelişmeleri açıklayabilir.</p> <p>II. Abdülhamid döneminde “Panislâmizm” akımının hangi şartlarda ortaya çıktığını ve bu fikir akımından nasıl yararlandığını kavrar.</p> <p>II. Abdülhamid döneminde gerçekleştirilen ıslahatları açıklayabilir.</p> <p>“Genç Türkler ve İttihat Terakki” hareketinin nasıl ortaya çıktığını bilir.</p> <p>İttihat Terakki Cemiyeti’nin benimsediği “Osmanlıcılık” siyasi akımının kapsamını ve hangi koşullarda ortaya çıktığını açıklayabilir.</p> <p>II. Meşrutiyet’in ilanından sonra benimsenmeye başlayan “Türkçülük” fikir akımını ve özelliklerini açıklayabilir.</p> <p>“Batıcılık” fikir akımını ve özellikleri bilir.</p>
<p><b>Osmanlı Devleti’nin yıkılışı 1</b></p> <p>Trablusgarp Savaşı’nın ne zaman ve nasıl başladığını, savaşın sonuçlarının neler olduğunu açıklayabilir.</p> <p>Birinci ve İkinci Balkan Savaşlarının hangi tarihlerde ve ne şekilde cereyan ettiğini bilir; sonuçlarının neler olduğunu kavrar.</p> <p>Birinci Dünya Savaşı’nın çıkış sebeplerini açıklayabilir.</p> <p>Birinci Dünya Savaşı öncesinde Osmanlı Devleti’nin ittifak arayışlarını, savaşa nasıl ve hangi blokta girdiğini bilir.</p> <p>Birinci Dünya Savaşı’nın hangi cephelerde cereyan ettiğini ve bu cephelerde yaşanan gelişmeleri kavrar.</p> <p>Kafkas Cephesiyle bağlantılı olarak Ermeni meselesinin nasıl ortaya çıktığını, devletin neden tehcir (zorunlu göç) kararı aldığını ve zorunlu göçün hangi koşullarda gerçekleştirildiğini açıklayabilir.</p>

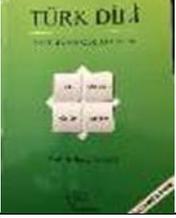
		<b>Osmanlı Devleti'nin yıkılışı 2</b>	
		Birinci Dünya Savaşı'nın ne zaman ve nasıl sona erdiğini bilir.	
		Savaş sonunda imzalanan antlaşmaları bilir.	
		Savaş sonunda Osmanlı Devleti ile imzalanan Mondros Mütarekesi'nin kapsamını ve önemini açıklayabilir.	
		Mondros Mütarekesi'nin nasıl uygulandığını ve İtilaf Devletlerinin Osmanlı Devleti'nin hangi bölgelerini işgal ettiğini bilir.	
		Mütareke sonrası Rumların, Ermenilerin ve Yahudilerin ülkedeki bölücü faaliyetlerini ve kurdukları örgütleri kavrar.	
		<b>Milli mücadele 1</b>	
		Mondros Mütarekesi'ni müteakip başlayan işgallerin ortadan kaldırılması ve ülkenin kurtarılması için düşünülen kurtuluş çarelerini açıklayabilir.	
		Kurtuluş çarelerinden biri olarak düşünülen barışçı ve mandacı görüşü savunuların dayanaklarının neler olduğunu değerlendirebilir.	
		Bölgesel kurutuluş mücadelesini savunanlarca kurulan Milli Cemiyetlerin hangileri olduğunu, nerelerde ve hangi amaçlarla kurulduğunu açıklayabilir.	
		Kuva-yı Milliye'nin (Milli Kuvvetler) hangi koşullarda teşekkül ettiğini ve özelliklerini açıklayabilir.	
		<b>Milli mücadele 2</b>	
		Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya hangi amaçla gönderildiğini ve Samsun'daki ilk faaliyetlerini kavrar.	
		Kongreler aracılığıyla örgütlenme döneminin başlangıcında yayınlanan Havza Genelgesi, Amasya Tamiminin kapsamını ve önemini açıklayabilir.	
		Erzurum ve Sivas Kongrelerinin kararlarını ve önemini açıklayabilir.	
		<b>Milli mücadele 3</b>	
		Son Osmanlı Mebusan Meclisinin hangi tarihte toplandığını ve mecliste cereyan eden olayları bilir.	
		Son Osmanlı Mebusan Meclisi tarafından kabul edilen Misak-ı Milli'nin nasıl hazırlandığını, hangi hususları içerdiğini ve Türk tarihi için önemini açıklayabilir.	
		Misak-ı Millinin kabulünden sonra ortaya çıkan tepkileri ve İstanbul'un neden işgal edildiğini kavrar.	
		<b>Milli mücadele 4</b>	
		Birinci Büyük Millet Meclisinin ne zaman ve hangi koşullarda açıldığını bilir.	
		Birinci Büyük Millet Meclisinin aldığı ilk kararları ve bu kararların önemi kavrar.	
		Birinci Büyük Millet Meclisinin özelliklerini açıklayabilir.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	02-06.10.2023	Oryantasyon haftası	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
2	09-13.10.2023	Dersin amacı ve kaynakları, dersle ilgili temel kavramlar inkılâpçılık ilkesi	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
3	16-20.10.2023	Osmanlıların gerilemesinin iç sebepleri	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
4	23-27.10.2023	Osmanlıların gerilemesinin dış sebepleri	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
5	30-10.03-11.2023	Çağdaş dünyanın temel kavramları	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
6	06-10.11.2023	Osmanlı devletinde yenileşme hareketleri 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
7	13-17.11.2023	Osmanlı devletinde yenileşme hareketler 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
8	20-24.11.2023	Osmanlı devletinin son dönemindeki fikir akımları	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15

	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	04-08.12.2023	Osmanlı devletinin yıkılışı 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
10	11-15.12.2023	Osmanlı devletinin yıkılışı 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
11	18-22.12.2023	Millî mücadele 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
12	25-29.12.2023	Millî mücadele 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
13	01-05.01.2024	Millî mücadele 3	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
14	08-12.01.2024	Millî mücadele 4	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitap temel alınarak hazırlanacak olan 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.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p><b>1-</b> Batılı devletler Osmanlı İmparatorluğu'nun iç işlerine karışmak için aşağıdakilerden hangisini dayanak olarak kullanmışlardır? a- Sened-i İttifak'ı      b- Veraset Sistemini      c- Tımar Sistemini d- Devşirme Kanunu'nu      e- Azınlık haklarını</p> <p><b>2-</b> İlk posta teşkilatı hangi padişah döneminde oluşturulmuştur? a- III. Selim      b- II. Mahmud      c- II Abdülhamid d- I. Ahmet      e- Abdülmecit</p> <p><b>3-</b> Aşağıdakilerden hangisi Osmanlı Devleti'nin ilk anayasasıdır? a- 1908 Anayasası      b- 1876 Anayasası (Kanun-u Esasi)      c- 1921 Anayasası d- 1922 Anayasası      e- 1860 Anayasası</p> <p><b>4-</b> "Hâkimiyetin kayıtsız şartsız millette olduğu bir yönetim biçimi ..... " dir. Yukarıdaki boşluğa aşağıdaki kavramlardan hangisi gelmelidir? a- Devletçilik      b- Sömürgecilik      c- Demokrasi d- Liberalizm      e- Sosyalizm</p> <p><b>5-</b> II. Abdülhamit döneminde devlet politikası haline getirilen, devletin dağılmasını ve hilafetin nüfuzunu kullanarak dünya siyasetinde güç kazanmanın temel alındığı fikir akımı aşağıdakilerden hangisidir? a- Panislamizm      b- Osmanlıcılık      c- Pantürkizm d- Turancılık      e- Batıcılık</p>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-e 2-b 3-b 4-c 5-a		
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Sabri Zengin, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi, Taşhan Kitap, Tokat 2016. <b>Sorumlu Olunan Sayfalar:</b> Kitabın başından <b>154.</b> sayfaya kadar.</p>		
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	<p>1- Kemal Atatürk, <i>Nutuk</i> I-III, İstanbul 1993. 2- YÖK-Komisyön, <i>Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi</i>, Ankara 1989. 3- Komisyön, <i>Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I-II</i>, AAM, yay., Ankara 2002.</p>		

TD101 Türk Dili-I

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
<b>Oda Numarası</b>	205
<b>Ofis Saatleri</b>	Salı 13:15-16:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:faruk.toydemir@gop.edu.tr">faruk.toydemir@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Salı 17:00 – 19:00
<b>Derslik</b>	UZEM
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı Türk dilinin gramer yapısını ve anlatım gücünü öğrencilere kavratmak, Türk dilini daha iyi kullanma becerisini kazandırmaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Dersin amacı ve kaynakları ve dil kavramı</b>
	Dersin temel ve yardımcı kaynakları hakkında bilgi sahibi olur.
	Hangi bilgilerin hangi kaynaktan bulunabileceğini öğrenir.
	Dil ve genel dilbilim hakkında bilgi sahibi olur.
	Dilin alt kolları ve temel kavramlar hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Yapı ve köken bakımından diller ve Türkçe'nin dünya dilleri arasındaki yeri</b>
	Dünya dillerini yapıca sınıflandırabilir, aralarında ilişki kurabilir.
	Dünya dillerini kökene sınıflandırabilir, akrabalık ilişkilerini çözebilir.
	<b>Dil-kültür ilişkisi ve dilin toplum hayatındaki yeri</b>
	Dil-Kültür-medeniyet-uygarlık aralarındaki ilişkiyi kavrar.
	Dilin kültür ve millet varlığı içindeki yerini ve konumunu kavrar.
	Dil-toplum, dil- ulus ilişkisini kavrar.
	Dilin kültür ve millet varlığı içindeki yerini ve konumunu kavrar.
	Dil-toplum, dil-ulus ilişkisini kavrar.
	<b>Yazım kuralları</b>
	Yazım kurallarını öğrenir; örneklerle uygular, hataları görebilir.
	Örnek metin üzerinde çalışmalar yapar
	<b>Noktalama işaretleri</b>
	Noktalama işaretlerini öğrenir, metin üzerinde uygular.
	Sözlü dildeki vurgu tonlama duraklama gibi hususların noktalama işaretlerindeki karşılıklarını bilir.
	<b>Sözcükte ve cümlede anlam</b>
	Anlambilimi hakkında bilgi sahibi olur
	Sözcük ve cümle düzeyinde anlam farklılıklarını kavrar
	Anlam değişmelerini, anlam daralmalarını, anlam genişlemelerini, anlam kaymalarını bilir.
	<b>Anlatım teknikleri</b>
	Tasvir, öyküleme, açıklama, özlü anlatım... gibi anlatım tekniklerini öğrenir.
	Anlatım tekniklerini uygular.
<b>Resmi yazışmalar (dilekçe, tutanak, rapor... vd.) 1</b>	
Resmi yazışma kurallarını belirleyen esasları öğrenir.	
Resmi yazışma türlerini öğrenir ve uygular.	
<b>Resmi yazışmalar (Resmi yazılar, sözleşme, vekâletname... vd.) 2</b>	
Resmi yazışma kurallarını belirleyen esasları öğrenir.	
Resmi yazışma türlerini öğrenir ve uygular.	
<b>Cümlede yardımcı ögeler</b>	
Yardımcı ögelerin yerlerini ve fonksiyonunu öğrenir.	
Yardımcı ögeleri cümlede uygular ve örnekler.	
<b>Cümlede temel ögeler</b>	
Temel ögeler olmaksızın cümle kurulamayacağını kavrar.	
Temel Ögelerin yerlerini ve fonksiyonunu öğrenir.	

		Temel Ögeleri cümlede uygular ve örnekler.	
		<b>Sözcük düzeyinde dil yanlışları</b>	
		Sözcük düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir, örneklemeleri yapabilir.	
		<b>Cümle düzeyinde dil yanlışları</b>	
		Cümle düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir, örneklemeleri yapabilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02-06.10.2023	Oryantasyon haftası	
2	09-13.10.2023	Dersin amacı ve kaynakları ve dil kavramı	PY1-PY6-PY10
3	16-20.10.2023	Yapı ve köken bakımından diller ve Türkçe'nin dünya dilleri arasındaki yeri	PY1-PY6-PY10
4	23-27.10.2023	Dil-kültür ilişkisi, dilin toplum hayatındaki yeri	PY1-PY6-PY10
5	30-10.03-11.2023	Noktalama işaretleri	PY1-PY6-PY10
6	06-10.11.2023	Yazım kuralları	PY1-PY6-PY10
7	13-17.11.2023	Sözcükte ve cümlede anlam	PY1-PY6-PY10
8	20-24.11.2023	Anlatım teknikleri	PY1-PY6-PY10
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	04-08.12.2023	Resmi yazışmalar (Dilekçe, tutanak, rapor... vd.) 1	PY1-PY6-PY10
10	11-15.12.2023	Resmi yazışmalar (Resmi yazılar, sözleşme, vekâletname... vd.) 2	PY1-PY6-PY10
11	18-22.12.2023	Cümlede yardımcı ögeler	PY1-PY6-PY10
12	25-29.12.2023	Cümlede temel ögeler	PY1-PY6-PY10
13	01-05.01.2024	Sözcük düzeyinde dil yanlışları	PY1-PY6-PY10
14	08-12.01.2024	Cümle düzeyinde dil yanlışları	PY1-PY6-PY10
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Puanlama 100 tam puan üzerinden yapılacaktır. Soru sayısı 20 olduğunda 5'er puan, soru sayısı değiştiğinde 100/soru sayısı şeklinde her soru eşit oranda değerlendirilecektir. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalin ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<p><b>1-Dünyadaki dil adlarının millet adlarında türemiş olması aşağıdaki ilişkilerden hangisi için daha doğrudur?</b> A) dil-kültür B) dil-ulus C) dil-toplum D) dil-çevre E) dil-düşünce</p> <p><b>2-Yapma dillerin toplumda tutunamaması dilin daha çok hangi özelliğini gösterir?</b> A) karmaşıklık B) gizlilik C) toplumsallık D) doğallık E) teknik</p> <p><b>3-Aşağıdakilerin hangisi kaynakları bakımından dil ailelerine/gruplarına göre yanlış eşleştirilmiştir?</b> A) İngilizce / Roman dilleri B) İbranice / Sami dilleri C) Almanca / Germen dilleri D) Sırpça/Slav dilleri E) Türkçe / Altay Dilleri</p> <p><b>4- "Dil uzmanları, dilin bütün seslerini göstermek için ilave işaretleri de içine alan zenginleştirilmiş alfabe kullanırlar." Aşağıdakilerden hangisi bununla ilgilidir?</b> A) Resmi alfabe B) Transkripsiyon alfabesi C) Latin alfabesi</p>	

	<p>D) Mahalli alfabe E) Kiril alfabetesi</p> <p><b>5- “Bir dilin değişik bölgelerde, uzak zamanlarda ayrılmış, farklılıkları yazıya da geçirilmiş değişik biçimi” ifadesi hangisi için daha doğrudur?</b></p> <p>A) yazı dili      B) ağız      C) konuşma dili      D) şive      E) lehçe</p>
Cevap Anahtarı	<p>1-b / dil, milleti oluşturan en önemli unsurdur. 2-d / yapma diller denenmiş; fakat toplumlarda tutunamamıştır. Çünkü dil, doğal bir varlıktır. 3-a / İngilizce Germen dilleri grubundadır. 4-b / Transkripsiyon alfabetesi, dilin bütün seslerini göstermek için ilave işaretleri de içine alan zenginleştirilmiş alfabadir. 5-e / lehçe, bir dilin değişik bölgelerde, uzak zamanlarda ayrılmış, farklılıkları yazıya da geçirilmiş değişik biçimidir.</p>
Kaynak Kitap/lar	 <p>Prof. Dr. Hanifi Vural, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012 Birinci bölüm (sayfa, 11-31) İkinci bölüm (sayfa, 47-137)</p>
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999.</li> <li>2. Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998.</li> <li>3. Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011.</li> <li>4. Faruk TOYDEMİR, Türk Dili-1 Ders Notları, Erbaa-2000</li> <li>5.“Türkçe Sözlük”, TDK Yayınları, Ankara, 2013.</li> <li>6. “Yazım Kılavuzu”, TDK Yayınları, Ankara, 2012.</li> <li>7. Nihad Sami BANARLI; Türkçe'nin Sırları, Kubbealtı Neşriyatı, Ekim 2018-İSTANBUL.</li> </ol>

TOGÜ094 Değerlerimiz

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Tülay ÖZER
<b>Oda Numarası</b>	143
<b>Ofis Saatleri</b>	Cuma 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:tulay.celik@gop.edu.tr">tulay.celik@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Çarşamba 13:15- 15:00
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	İletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin insanı hızla yalnızlaştırdığı ve toplumdan giderek soyutladığı bir çağda Değerler Eğitimi dersinin amacı, öğrencilerimize hem insan olarak kendi değerini anlatmak; hem de sosyal bir varlık olarak birlikte yaşadığı insanlara karşı sorumluluklarını hatırlatmaktır. Bu kapsamda hem ulusal hem de evrensel nitelik taşıyan değerlere karşı farkındalık yaratmak dersin amaçları arasındadır. Böylece öğrencilere kendi yaşantılarını, değerler bağlamında sorgulama ve yeniden gözden geçirme fırsatının da sunulacağı düşünülmektedir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Yardımseverlik</b>
	Yardımseverliğin, hiçbir karşılık beklenmeden ihtiyacı olan için yapılan eylemler olduğunu bilir.
	Toplumda sosyal adaletin ve karşılıklı anlayışın gelişmesi adına yardımlaşmanın önemini kavrar.
	Yardımseverlik değerinin, toplumun her bireyine birtakım sorumluluklar yüklediğini kavrar.
	<b>Hoşgörü</b>
	Her insanın doğuştan gelen ya da kişisel yönelimlerinin sonucu olan birtakım farklılıklara sahip olduğunu ve bu farklılıkların bizleri daha iyi ya da daha kötü kişiler yapmadığını kavrar.
	Her farklılığın, bu farklılığı paylaşan insanların sayısından bağımsız olarak eşit ölçüde saygıyı hak ettiğini bilir.
	“Hoşgörü” kavramının, “hoş” olmayana karşı tahammül gösterme değil; farklılıklara saygı, onları tanıma ve kabul etme anlamına geldiğini analiz eder.
	<b>Sevgi</b>
	Bir birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada sevgi dilini kullanır.
	<b>Dürüstlük</b>
	Bireylerin yaşadığı toplumda dürüst bir insan olma bilincinde hareket etmesinin gerekliliğini kavrar.
	İyilik bağlamında yaşama bilincinin önemini kavrar.
	<b>Çevreye duyarlılık</b>
	Yakın çevresinde meydana gelen toplumsal sorunların neler olduğunu kavrar.
	Küresel anlamda meydana gelen sorunlarının neler olduğunu değerlendirir.
	Toplumsal ve küresel sorunlara farkındalık kazandırıp, çözüm önerilerinin üretir.
Doğal çevrenin önemini kavrar.	
<b>Sorumluluk</b>	
Bireyin hem kendisine, hem de çevresine (aile, ülke, dünya) karşı sorumluluklarını kavrar.	
<b>Adalet</b>	
Adalet ve eşitlik kavramlarının aynı şeyler olmadığını kavrar.	
Adil bir toplum için devletler kadar bireylere de önemli sorumluluklar düştüğünü analiz eder.	

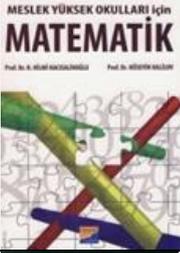
	Toplumsal çatışmaların önlenmesi için sosyal adaletin önemini analiz eder.		
	<b>Çalışkanlık</b>		
	Çalışkanlık ve üretken olmanın önemini kavrar.		
	Çalışkanlık ve üretken olmanın bireye kazandırdıklarının farkına varır.		
	Başarılı olmuş insanların pes etmeyen, çalışkan karakterde olduklarını analiz eder		
	<b>Saygı</b>		
	Birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada saygıyı ön planda tutmanın önemini açıklar.		
	Bir birey olarak farklılıklara saygının ne demek olduğunu analiz eder.		
	<b>Tasarruf</b>		
	Çevremizi kuşatan tüketim kültürüne karşı farkındalık kazanır.		
	Toplumun bir parçası olarak sınırlı kaynaklarla sınırsız bir şekilde tüketmenin mümkün olmadığını ancak tasarrufla bir dengenin oluşabileceğini kavrar.		
	<b>Vatanseverlik</b>		
	Vatanseverliğin, söylemle değil eylemle ilgili bir değer olduğunu kavrar.		
	Doğal ve kültürel mirasa duyarlılığın, vatanseverliğin önemli bir unsuru olduğunu değerlendirir.		
	Vatanseverliğin, bir görev ahlakı gerektirdiğini analiz eder.		
	<b>Aile birliğine önem verme</b>		
	Aile olmanın önemini kavrar.		
	Ailede sevgi, saygı, hoşgörü, işbirliği ve birlikteliğin, mutlu bireyler için önemini analiz eder.		
	<b>Genel değerlendirme</b>		
	Değerlerimiz dersinin kendisinde oluşturduğu farkındalıkları değerlendirir		
	Değerlerimiz dersinin kendisinde yarattığı davranış değişikliklerinizi analiz eder.		
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	
	<b>İlgili Program Yeterliği</b>		
1	04.10.2023	Oryantasyon haftası	-
2	11.10.2023	Yardımseverlik	PY4
3	18.10.2023	Hoşgörü	PY4
4	25.10.2023	Sevgi	PY4
5	01.11.2023	Dürüstlük	PY4
6	08.11.2023	Çevreye duyarlılık	PY4
7	15.11.2023	Sorumluluk	PY4
8	22.11.2023	Adalet	PY4
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	06.12.2023	Çalışkanlık	PY4
10	13.12.2023	Saygı	PY4
11	20.12.2023	Tasarruf	PY4
12	27.12.2023	Vatanseverlik	PY4
13	03.01.2024	Aile birliğine önem verme	PY4
14	10.01.2024	Genel değerlendirme	PY4
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi, içerik olarak belirlenen temel değerlere dayalı olarak hazırlanacak proje görevleriyle gerçekleştirilecektir. Proje görevinin geçme notuna etkisi %100'dür.		
<b>Örnek Sorular</b>	Seçilen değere yönelik hazırlanan projeler şu kriterlere göre değerlendirilecektir: 1. Gerekli yazışmaların yapılması 2. Ön hazırlık sürecinin tamamlanması 3. Projenin uygulanıp tamamlanması		

	<p>4. Proje posterinin ve raporunun hazırlanması  5. Projenin zamanında sınıfta sunulması  6. Düzen ve tertip  7. Harcanan zaman ve emek</p>
<b>Cevap Anahtarı</b>	
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	<p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=oSvQOb8q7fk&amp;t=88s">https://www.youtube.com/watch?v=oSvQOb8q7fk&amp;t=88s</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OKHvuUz5EzE">https://www.youtube.com/watch?v=OKHvuUz5EzE</a>  <a href="https://www.ntv.com.tr/saglik/hosgoru-mutlu-ediyor-basariya-ustastiriyor-16-kasim-uluslararası-hosgoru-gunu,RgzYplhygUu2QsG7Ywe0Yw">https://www.ntv.com.tr/saglik/hosgoru-mutlu-ediyor-basariya-ustastiriyor-16-kasim-uluslararası-hosgoru-gunu,RgzYplhygUu2QsG7Ywe0Yw</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vwAFguJLTGk">https://www.youtube.com/watch?v=vwAFguJLTGk</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=U-egpNmIqpY">https://www.youtube.com/watch?v=U-egpNmIqpY</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RMtE2oMy_e4">https://www.youtube.com/watch?v=RMtE2oMy_e4</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Nmd-jYUiTM0">https://www.youtube.com/watch?v=Nmd-jYUiTM0</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=t2JBPBIFR2Y">https://www.youtube.com/watch?v=t2JBPBIFR2Y</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XVNVrhr1pK8">https://www.youtube.com/watch?v=XVNVrhr1pK8</a>  <a href="http://www.cevremuhendisligi.org/index.php/cevre-aktuel/haberler/1067-copleri-temizlemeye-tesvik-etme-trashtag-(Haber-1-“Gelmiş-Geçmiş-En-Yararlı-Akım-#Trashtag,-Çöpleri-Temizlemeye-Tesvik-Eden-Meydan-Okuma”)">http://www.cevremuhendisligi.org/index.php/cevre-aktuel/haberler/1067-copleri-temizlemeye-tesvik-etme-trashtag-(Haber-1-“Gelmiş-Geçmiş-En-Yararlı-Akım-#Trashtag,-Çöpleri-Temizlemeye-Tesvik-Eden-Meydan-Okuma”)</a>  <a href="https://siyamder.org/haberler/basin-bulteni-dunya-temizlik-gunu-lets-do-it-haydi-yapalim-hareketi/">https://siyamder.org/haberler/basin-bulteni-dunya-temizlik-gunu-lets-do-it-haydi-yapalim-hareketi/</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K-lwDSy2fdw">https://www.youtube.com/watch?v=K-lwDSy2fdw</a>  <a href="https://www.nkfu.com/adalet-ve-esitlik-kavramlari-arasindaki-iliski/">https://www.nkfu.com/adalet-ve-esitlik-kavramlari-arasindaki-iliski/</a>  <a href="https://gelisenbeyin.net/egitimde-adalet-ve-otesi.html">https://gelisenbeyin.net/egitimde-adalet-ve-otesi.html</a></p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	

## HİT105 Matematik

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr.Gör. Ferhan ARSLAN
<b>Oda Numarası</b>	343
<b>Ofis Saatleri</b>	Perşembe 13:15 - 17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:ferhan.arslan@gop.edu.tr">ferhan.arslan@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Perşembe 13:15 – 15:00
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Bu derste öğrencilerin kendi alanları ile ilgili Matematiksel hesaplamaları eksiksiz yapmalarına imkân sağlayacak temel Matematiksel kavramların öğretimi ve öğrencilerin problem çözme becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Temel kavramlar-kümeler</b>
	Küme tanımını bilir.
	Temel sayı kümelerini tanıır.
	Kümelerle kesişim-birleşim-fark işlemini kavrar.
	Kümelerde tümleyen işlemini kavrar.
	Kümelerle ilgili problem çözümlerini yapar.
	<b>Sayı sistemleri-üslü-köklü sayılar</b>
	Sayılarla ilgili temel işlemleri kavrar.
	10'luk ve diğer sayı sistemlerini tanıır.
	2'lik sayı sistemi ile ilgili işlemleri yapar.
	Üslü ifadelerin özelliklerini kavrar.
	Üslü sayılarda dört işlem yapabilir.
	Üslü ifade bulunduran denklemlerin çözüm kümelerini hesaplayabilir.
	Üslü sayılar arasında sıralama işlemini öğrenir.
	Köklü sayıları tanıır ve rasyonel olmayan sayılar hakkında bilgi sahibi olur.
	Köklü sayılarda dört işlemi yapabilir.
	Katlı kök ve özel kök durumlarını açıklar ve tek bir kök haline dönüştürme işlemini öğrenir.
	Köklü ifadelerde eşlenik işlemini bilir ve köklü sayıları sıralayabilir.
	Kök bulunduran denklemlerin çözüm kümelerini hesaplayabilir.
	<b>Özdeşlikler</b>
	Özdeşlik kavramının tanımını öğrenir.
	Çarpanlara ayırma tekniklerini kavrar.
	Temel özdeşlikleri (iki kare farkı-tam kare açılım-üç terimlinin karesi-tam küp açılımları-iki küp toplamı ve farkı) öğrenir.
	Verilen bir özdeşlikte istenen parçayı bulma işlemini kavrar.
	<b>Birinci ve ikinci derece denklemler</b>
	Denklem türlerini tanıır ve çözüm metotlarını kavrar.
	Bir ve iki bilinmeyenli denklemlerin çözümlerini yapar.
	İkinci dereceden denklemlerin çözümlerini yapar.
	<b>Oran ve orantı yardımı ile problem çözme</b>
	Oran kavramını açıklayabilir.
Orantı kavramını açıklayabilir.	
Problemlerin çözümünde oran ve orantıyı etkin biçimde kullanabilir.	
Dördüncü orantı ve orta orantı kavramını açıklayabilir.	
Doğru ve ters orantı içeren problemlerin çözümünü yapabilir.	
Bileşik orantıyı kavrar ve bileşik orantı içeren problemleri çözebilir.	
Ortalama türlerini kavrar ve verilen sayıların aritmetik, geometrik, harmonik, kareli ve ağırlıklı ortalamalarını hesaplayabilir.	
<b>Yüzde hesapları ve problem çözümleri</b>	
Verilen bir sayının yüzdelik ve bindelik oranlarını hesaplayabilir.	
Yüzde ve binde işlemlerini hesap makinesi yardımıyla yapabilir.	

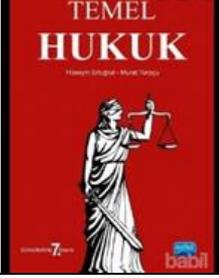
	Verilen bir kesrin yüzde ve bindelik karşılığını hesaplayabilir		
	Maliyet, kar, zarar, indirim, karlı satış, zararına satış gibi kavramların tanımlarını açıklayabilir.		
	Bir malın belirli bir yüzde ile karlı veya zararına satış fiyatını hesaplayabilir.		
	Ters orantı içeren maliyet problemlerini kavrar, çözüm yöntemlerini anlar.		
	İskonto içeren kar zarar problemlerini çözer.		
	Ürün kaybı ya da promosyon içeren durumlarda kar zarar hesaplamaları yapabilir.		
	Parçalı satış içeren maliyet problemlerinde kar zarar hesaplaması yapabilir.		
	<b>Faiz hesapları ve problem çözümleri</b>		
	Faiz kavramını açıklar, teorik ve yılın günlerine göre faiz kavramını öğrenir.		
	Basit faiz işlemlerini yapar.		
	Enflasyon ve reel faiz ilişkisini açıklar.		
	Basit iç ve basit dış faiz kavramlarını açıklar, hesaplamalarını yapabilir.		
	Faiz politikalarının nasıl geliştirildiğine yönelik bilgi sahibi olur.		
	Bileşik faiz-nominal faiz ve efektif faiz kavramlarının tanımlarını kavrar.		
	Bileşik faiz formüllerini öğrenir ve nerelerde kullanıldığını açıklar.		
	Bileşik ve basit faiz arasındaki farkları öğrenir ve bu iki faiz türünü karşılaştırabilir.		
	Nominal faiz ve reel faiz arasındaki ilişkiyi öğrenir.		
	Efektif faiz kavramını ve kullanım yerlerini öğrenir.		
	<b>Bağıntı ve fonksiyonlar</b>		
	Bağıntı ve fonksiyon kavramını tanıtır.		
	Kartezyen çarpımı anlar.		
	Birebir-örten-içine-sabit ve sıfır fonksiyonu kavrar.		
	Permütasyon fonksiyon işlemlerini öğrenir.		
	Bir kümeden diğerine tanımlı fonksiyon sayısını hesaplar.		
	<b>Fonksiyonlarla ilgili işlemler</b>		
	Fonksiyonlarda dört işlemi kavrar.		
	Fonksiyonlarda ters alma ve bileşke işlemi kavrar.		
	<b>Doğrusal ve ikinci derece fonksiyon grafikleri</b>		
	Doğrusal ve daha yüksek dereceli fonksiyonların grafiklerinin çizim metotlarını kavrar.		
	Fonksiyon grafiklerini çizer ve yorumlar.		
	Verilen bir fonksiyon grafiğinde istenen değerleri bulur.		
	<b>Üstel fonksiyonlar</b>		
	Üstel fonksiyon kavramını ve işlemlerini öğrenir.		
	Üstel fonksiyonların grafiklerini çizmeyi öğrenir.		
	<b>Logaritmik fonksiyonlar</b>		
	Logaritma ile ilgili temel işlemleri kavrar.		
	10 ve "e" tabanında logaritmaları kavrar.		
	Logaritmik denklemlerin çözüm kümelerini hesaplar.		
	Logaritma fonksiyonunun grafiklerini çizer.		
	<b>Üstel ve logaritmik fonksiyon grafikleri</b>		
	Verilen bir üstel fonksiyonun grafiğini çizebilir.		
	Verilen bir logaritmik fonksiyonun tanım kümesini hesaplar ve grafiğini çizebilir.		
	Üstel ve logaritmik fonksiyon grafiklerini karşılaştırır.		
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	05.10.2023	Oryantasyon haftası	
2	12.10.2023	Temel kavramlar-kümeler	PY1
3	19.10.2023	Sayı sistemleri-üslü-köklü sayılar	PY1
4	26.10.2023	Özdeşlikler	PY1

5	02.11.2023	Birinci ve ikinci derece denklemler	PY1
6	09.11.2023	Oran ve orantı yardımı ile problem çözümleri	PY1
7	16.11.2023	Yüzde hesapları ve problem çözümleri	PY1
8	23.11.2023	Faiz hesapları ve problem çözümleri	PY1
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	07.12.2023	Bağıntı ve fonksiyonlar	PY1
10	14.12.2023	Fonksiyonlarla ilgili işlemler	PY1
11	21.12.2023	Doğrusal ve ikinci derece fonksiyon grafikleri	PY1
12	28.12.2023	Üstel fonksiyonlar	PY1
13	04.01.2024	Logaritmik fonksiyonlar	PY1
14	11.01.2024	Üstel ve logaritmik fonksiyon grafikleri	PY1
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	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 finaldeki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p>1. <math>\log_2(\log_3(5x + 6)) = 2</math> denkleminin çözüm kümesini hesaplayınız.</p> <p>2. Gerçek sayılar kümesi üzerinde tanımlı bir <math>f</math> fonksiyonu her <math>x</math> ve <math>y</math> gerçel sayısı için</p> <p><math>f(x + y) = f(x) + f(y)</math> eşitliğini sağlamaktadır. <math>f(2) - f(1) = 10</math> olduğuna göre <math>\frac{f(3)+f(4)}{f(5)}</math> değerini hesaplayınız.</p> <p>3. <math>x^2 - ax + 16 = 0</math> denkleminin kökleri <math>x_1</math> ve <math>x_2</math>'dir. Buna göre <math>\frac{1}{\sqrt{x_1}} + \sqrt{x_2} = 5</math> olduğuna göre "a" değerini hesaplayınız.</p>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	<p>1.Cevap: <math>x = 15</math>.</p> <p>2. Cevap: 24.</p> <p>3. Cevap: 17.</p>		
<b>Kaynak Kitap/lar</b>		Meslek Yüksekokulları İçin Matematik Yazar: Prof. Dr. H. Hilmi Hacısalihoğlu, Prof. Dr. Hüseyin Halilov.	
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		Temel Matematik (Meslek Yüksekokulları İçin) Yazar: Öğr. Gör. Barış Aksu	

## HİT107 Genel Hukuk Bilgisi

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun
<b>Oda Numarası</b>	207
<b>Ofis Saatleri</b>	Çarşamba 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:yakutcoskun@gop.edu.tr">yakutcoskun@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Salı 10:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrencinin; kişisel ve sosyal hayatı ile ilgili hukuki hak ve sorumlulukları kavraması amaçlanmaktadır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 1</b>
	Hukuk sistemlerini bilir.
	Türk hukuk sistemini bilir.
	Hukukun dalları ve kaynaklarını öğrenir.
	<b>Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 2</b>
	Hukukun yaptırımlarını bilir.
	Hukukun yaptırımlarının nerden kullanılacağını öğrenir.
	<b>Türk yargı sistemi, yargı kuruluşları ve dava türleri</b>
	Türk yargı sistemini öğrenir.
	Yargı kuruluşları hangileri onları bilir.
	Dava türlerini öğrenir.
	Hangi durumda hangi hukuk davasının açılacağını bilir.
	<b>Hukuki olaylar, ilişkiler, işlemler</b>
	Hukuki olaylar hangisi bilir.
	Hukuki ilişkiler hangileri bilir.
	Hukuki işlemlerin unsurlarını bilir.
	Hukuki işlemlerin müeyyidelerini bilir.
	<b>Kişilik kavramı, kişilerin sınıflandırılması ve ehliyet</b>
	Kişilik kavramını bilir.
	Kişilerin nasıl sınıflandırılacağını bilir.
	Ehliyet nedir çeşitleri nelerdir bilir.
	Hak ve fiil ehliyeti ayrımını yapar.
	<b>Miras kavramı ve mirasçılar</b>
	Miras kavramı nedir bilir.
	Yasal ve atanmış mirasçılar hangileri bilir.
	Saklı pay nedir bilir.
	<b>Mülkiyet hakkı, konusu, kapsamı ve türleri</b>
	Mülkiyet hakkı nedir bilir.
	Bütünleyici parça ve eklenti bilir.
	Taşınır ve taşınmazlarda mülkiyet hakkı nasıl kazanılır bilir.
<b>Borç kavramı ve sözleşme türleri</b>	
Borcun kaynakları nedir bilir.	
Borcun hüküm ve sonuçları hakkında bilgi sahibi olur.	
Borcun sona erme sebeplerini bilir.	
<b>Ticaret hukuku – genel esaslar</b>	
Ticari işletme hakkında bilgi sahibi olur.	
Tacir ve tacir yardımcılarını bilir.	
Ticari defterlerin hangileri olduğunu bilir.	
<b>Kıymetli evrak hukuku</b>	
Kıymetli evrak hakkında genel bilgi sahibi olur.	
Poliçe, bono ve çek nedir bilir.	
Kıymetli evrak nasıl devredilir bilir.	

<b>Türk anayasa hukuku genel esaslar</b>		
Türk anayasal gelişmeler nelerdir öğrenir.		
Tanzimat ve ıslahat fermanı önemli gelişmelerini bilir.		
1921 ve 1924 anayasalar gelişmeleri bilir.		
1961 ve 1982 anayasal gelişmeleri bilir.		
<b>Türk ceza hukuku genel esaslar</b>		
Ceza hukukunun kaynaklarını bilir.		
Ceza sorumluluğunu kaldıran ve azaltan sebepler nelerdir bilir.		
Suçun özel görünüş biçimlerini öğrenir.		
<b>Türk iş hukuku bireysel</b>		
İş hukuku kavramı ve doğuşu hakkında bilgi sahibi olur.		
4857 sayılı iş kanunu hakkında bilgi sahibi olur.		
İş hukukuna hâkim olan ilkeleri bilir.		
İş hukukunun kaynaklarını bilir.		
Bireysel iş hukuku hakkında bilgi sahibi olur.		
İş sözleşmesi nedir nasıl yapılır bilir.		
İş sözleşmesinden doğan tarafların borçlarını bilir.		
İş sözleşmesinin sona ermesi ve sonuçları hakkında bilgi sahibi olur.		
Çalışma süreleri nedir bilir.		
Dinlenme süreleri nedir bilir.		
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	03.10.2023	Oryantasyon haftası
2	10.10.2023	Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 1
3	17.10.2023	Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 2
4	24.10.2023	Türk yargı sistemi, yargı kuruluşları ve dava türleri
5	31.03.11.2023	Hukuki olaylar, ilişkiler ve işlemler
6	07.11.2023	Kişilik kavramı, kişilerin sınıflandırılması ve ehliyet
7	14.11.2023	Miras kavramı, mirasçılar
8	21.11.2023	Mülkiyet hakkı, konusu, kapsamı ve türleri
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>
9	05.12.2023	Borç kavramı ve sözleşme türleri
10	12.12.2023	Ticaret hukuku - genel esaslar
11	19.12.2023	Kıymetli evrak hukuku
12	26.12.2023	Türk anayasa hukuku genel esaslar
13	02.01.2024	Türk ceza hukuku genel esaslar
14	09.01.2024	Türk iş hukuku - bireysel
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>
<b>Değerlendirme</b>	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.	
<b>Örnek Sorular</b>	<p>1-) Dünyada yer alan hukuk sistemlerinden Türk Hukuk Sistemi hangi sistemi benimsemiştir?</p> <p>a) AngloSakson Hukuk Sistemi b) İslam Hukuku Sistemi c) Anglo Amerikan Hukuk Sistemi d) Kara Avrupası Hukuk Sistemi e) Hiçbiri</p> <p>2-) Bir devletin temel kurumlarının nasıl işleyeceğini belirleyen, kişilerin temel hak ve özgürlüklerini güvence altına alan devletin temel kanunu aşağıdakilerden hangisidir?</p>	

	<p>a) Anayasa b) Yasa c) Kanun Hükmünde Kararname d) Tüzük e) Yönetmelik</p> <p>3-) Aşağıdakilerden hangisi hukukun yaptırımlarından biri değildir? a) Ceza b) Cebri (Zorla) İcra c) Tazminat d) Hükümsüzlük e) Geçersizlik</p>
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-d, 2-a, 3-e,
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Temel Hukuk, Hüseyin Ertuğrul- Murat Turpçu, Nobel (2018 Yılı) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> I. Bölüm- XIII. Bölüm arası/ 3-209 arası</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Genel Hukuk Bilgisi, Kemal Gözler.

## ENF100 Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Yasin Ünal
<b>Oda Numarası</b>	341
<b>Ofis Saatleri</b>	Pazartesi 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:yasin.unal@gop.edu.tr">yasin.unal@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Perşembe 10:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	340-LAB4
<b>Dersin Amacı</b>	Bilgi Teknolojileri kullanımının yaygınlaştırılması, bilgisayar okur-yazarlığının artırılması, donanım, işletim sistemi, office programları ve İnternet kullanımı konularında deneyim sahibi olunmasıdır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Bilgisayarın donanım yapısı-birimleri</b>
	Bilgisayar donanım kavramlarının ne anlama geldiğini bilir.
	Temel bilgisayar donanım bileşenlerini değerlendirebilir.
	Öğrenilen donanım bilgisine göre nasıl bilgisayar alacağını bilir.
	<b>Kısa yollar, genel windows işlemleri, internet ve mail işlemleri</b>
	Temel bilgisayar kısa yollarını bilir.
	Klasör oluşturma, isim değiştirme, kopyalama, yapıştırma, silme, ekran çözünürlük ayarlarını, program yükleme, kaldırma işlemlerini yapabilir.
	İnternette etkili arama yapabilir. Gop mailden mail gönderme yapabilir.
	Akademik veri tabanlarını bilir ve makale, bildiri, tez gibi bilimsel kaynakları indirip okuyabilir.
	<b>Kelime işlemci- giriş sekmesi</b>
	Yazı tipini, boyutunu, rengini ayarlamayı bilir.
	Metin içindeki yazılan hizalama, satır aralığı verme işlemlerini yerine getirebilir.
	Metin içerisinde detaylı madde numaralandırmayı nasıl yapıldığını bilir.
	Metin içerisinde kelime arama, değiştirme işlemlerinin nasıl yapılması gerektiğini bilir.
	<b>Kelime işlemci- ekle sekmesi (tablo çalışmaları)</b>
	Çalışmaya tablo nasıl ekleneceğini bilir.
	Eklenecek tabloyu nereden, nasıl düzenleyebileceğini bilir.
	Farklı tablo uygulamalarının nasıl yapabileceğini farkına varabilir.
	<b>Kelime işlemci- ekle sekmesi (çizimlerle çalışma)</b>
	Çalışmaya çizim objelerinin nasıl ekleneceğini bilir.
	Çalışmadaki çizim objelerini nereden, nasıl düzenleyeceğini bilir.
	Çizim araçlarını hangi uygulamalarda hangi amaçla kullanabileceğini kavrar.
	<b>Kelime işlemci- ekle sekmesi (karışık uygulamalar)</b>
	Çalışmaya köprü niçin ekleneceğini ve nasıl ekleneceğini bilir.
	Çalışmaya nasıl üst, alt bilgi ve sayfa numarası ekleyeceğini bilir.
	Çalışmaya nasıl denklem ekleyeceğini bilir.
	Ekle sekmesinde öğrendiği özellikleri karışık uygulama üzerinde uygulamayı gerçekleştirebilir.
	<b>Kelime işlemci- sayfa düzeni sekmesi</b>
	Çalışmada kullanılan sayfada kenar boşluklarını, kağıt boyutunu ve sayfayı yatay-dikey çevirmeyi gerçekleştirebilir
	Çalışmadaki metinleri istenilen düzende sütunlara bölebilir.
Çalışmaya filigran, sayfa rengi ve sayfa kenarlığı ayarlamayı bilir.	
<b>Kelime işlemci- sayfa düzeni sekmesi (karışık uygulamalar)</b>	
Sayfa düzeni sekmesi ile alakalı uygulamaları gerçekleştirebilir.	
<b>Kelime işlemci- başvurular sekmesi</b>	
Çalışmaya içindekiler tablosu neden ve nereden ekleneceğini bilir.	
Metin içerisinden dipnot nasıl, nereden ve niçin eklendiğini bilir.	
<b>Kelime işlemci- gözden geçir sekmesi</b>	

	Metin içerisinde imla kurallarının kontrolü nasıl yapılacağını bilir. Metin içerisine açıklama balonları eklemeyi neden ve nereden yapması gerektiğini bilir.	
	<b>Kelime işlemci- bilimsel yazım kuralları</b>	
	Bilimsel çalışmaların hangi formatta yazılması gerektiğini bilir. Bilimsel çalışmalarda bildiri örneği uygulaması gerçekleştirilir.	
	<b>Kelime işlemci- genel uygulama</b>	
	Kelime İşlemci için genel tekrar uygulaması yapılarak tüm konular tekrar edilir ve kavramları daha iyi kavraması sağlanır.	
	<b>Sunu programının tanıtımı ve işlevi, ekran öğeleri ve menüler</b>	
	Sunu programının kullanımını kavrar. Sunu programı menülerini kavrar. Etkili bir sunum nasıl hazırlanır öğrenir.	
	<b>Slayta programında uygulama gerçekleştirme</b>	
	Etkili sunum hazırlama kurallarına göre sunum hazırlamayı kavrar.	
	<b>Hesap tabloları- giriş sekmesi (tablo çalışmaları)</b>	
	Yazı tipini, boyutunu, rengini ayarlamayı bilir. Hesap tabloları üzerinde tablo nasıl çizileceğini kavrar. Farklı türlerde tablo hazırlamayı bilir. Finansal, tarihsel gibi işlemleri nasıl yapılabileceğini kavrar.	
	<b>Hesap tabloları- ekle sekmesi (grafik çalışmaları)</b>	
	Çalışma alanına grafik eklemeyi bilir. Farklı türdeki grafikleri hangi amaç için kullanacağını kavrar.	
	<b>Hesap tabloları- giriş-ekle sekmesi (karışık uygulamalar)</b>	
	Koşullu biçimlendirme hangi amaç için kullanıldığını kavrar. Filtreleme hangi amaç için kullanıldığını kavrar. Giriş ve ekle sekmesinde öğrendiği özellikleri karışık uygulama üzerinde uygulamayı gerçekleştirebilir.	
	<b>Hesap tabloları- temel formül yazmayı öğrenme</b>	
	Hesap tablolarında formülün nasıl yazılacağını bilir. Temel formülleri yazmayı kavrar ve nerelerde kullanılacağını bilir.	
	<b>Hesap tabloları- matematiksel formülleri yazma</b>	
	Matematiksel formüllerin yazımını kavrar. Matematiksel formülleri nerede nasıl kullanılacağını bilir. Birden fazla formülü birleştirerek formül yazmayı bilir.	
	<b>Hesap tabloları- matematiksel formül (karışık uygulamalar)</b>	
	Öğrenilen matematiksel formüllerini farklı çalışmalarda iç içe nasıl kullanacağını kavrar. Matematiksel formüller üzerine karışık uygulamayı gerçekleştirebilir.	
	<b>Hesap tabloları- koşul formülleri eğer (uygulama)</b>	
	Koşul formüllerinden eğer formülünün ne amaçla kullanabileceğini kavrar. Eğer formülünü kullanımını bilir, farklı çalışmalarda nasıl kullanılacağı kavrar.	
	<b>Hesap tabloları- koşul formülleri iç içe eğer (uygulama)</b>	
	İç içe eğer formülünün yazımını kavrar. İç içe eğer formülünün farklı çalışmalarda nasıl kullanılacağını bilir. Koşul formülleriyle ilgili uygulamaları gerçekleştirebilir	
	<b>Hesap tabloları- koşul formülleri</b>	
	Eğersay formülünün kullanımını kavrar. Etopla formülünün kullanımını kavrar. Eğerortalama formülünün kullanımını kavrar. Düşeyara formülünün kullanımını kavrar	
	<b>Hesap tabloları - genel uygulama</b>	
	Hesap Tabloları için genel tekrar uygulaması yapılarak tüm konular tekrar edilir ve kavramları daha iyi kavraması sağlanır.	
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>

1	05.10.2023	Oryantasyon haftası	
2	12.10.2023	Bilgisayarın donanım yapısı-birimleri	PY5
3	19.10.2023	Kısa yollar, genel windows işlemleri, internet ve mail işlemleri	PY5
4	26.10.2023	Kelime işlemci; dosya, giriş sekmesi	PY5
5	02.11.2023	Kelime işlemci; ekle, çiz, tasarım, düzen sekmesi	PY5
6	09.11.2023	Kelime işlemci; başvurular, posta, gözden geçir, görünüm sekmesi	PY5
7	16.11.2023	Kelime işlemci; bilimsel yazım kuralları, genel uygulama	PY5
8	23.11.2023	Sunu programı; dosya, giriş, ekle, çiz, tasarım, geçişler sekmesi	PY5
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	07.12.2023	Sunu programı; animasyonlar, slayt gösterisi, kaydet, gözden geçir, görünüm sekmesi	PY5
10	14.12.2023	Sunu programı genel uygulama	PY5
11	21.12.2023	Hesap tabloları; dosya, giriş, ekle, sayfa düzeni sekmesi	PY5
12	28.12.2023	Hesap tabloları formüller sekmesi	PY5
13	04.01.2024	Hesap tabloları; veri, gözden geçir, görünüm, otomatikleştir sekmesi	PY5
14	11.01.2024	Hesap tabloları genel uygulama	PY5
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve ders notları esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalin ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<p><b>1. Aşağıdaki uzantılardan hangisine sahip olan bir dosyayı Microsoft Office içerisindeki programlardan herhangi biri ile açmak mümkün değildir?</b> a) docx b) pdf c) xls d) pptx e) xlsx</p> <p><b>2. Aşağıdaki hangi donanım biriminde bilgiler geçici olarak depolanır?</b> a) CD b) HARDDİSK c) DVD d) RAM e) KART OKUYUCU</p> <p><b>3. Bir bilgisayarın çalışabilmesi için gerekli olan en temel yazılım aşağıdakilerden hangisidir?</b> a) Programlama dilleri b) Uygulama yazılımı c) İnternet yazılımı d) Mobil Yazılım e) İşletim sistemi yazılımı</p> <p><b>4. Aşağıdakilerden hangisi geçerli bir mail adresidir?</b> a) fatihmaraşlı@gop.edu.tr b) hakpinar.gop.edu.tr c) maksu@gop.edu.tr d) gülhanım@gov.com.tr e) ömer.yiğit@gop.edu.tr</p> <p><b>5. Farklı Kaydet aşağıdaki hangi tuş kombinasyonlarıyla sağlanır?</b> a) CTRL+S b) CTRL+F3 c) CTRL+F12 d) F3 e) F12</p> <p><b>6. PowerPoint dosyalarının uzantısı nedir?</b> a) ppx b) xls c) pwr d) ppt e) doc</p>	

**7. Powerpoint programında slayt gösterisi bu,**

Slaydı İlerlet

Fare Tıklatmasında

Otomatik Olarak: 00:00

şekilde görüldüğü gibi ayarlandıysa slayt nasıl geçer?

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

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

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

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

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

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

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

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



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

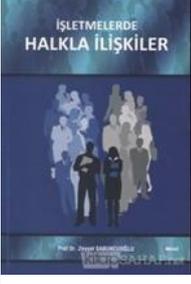
<b>Cevap Anahtarı</b>	<b>1-b, 2- d, 3- e, 4- c, 5- e, 6-d, 7-b, 8-d, 9-a, 10-b</b>
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Uzaktan Eğitim Sistemi üzerinden yayınlanan ilgili dersin videolu anlatımları ve canlı dersler.
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Yök dersler platformunda açık erişimde olan Atatürk Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Açık öğretim fakültelerinin Temel Bilgi Teknolojileri I-II ders notları.

## HİT115 Halkla İlişkiler

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Perşembe 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Salı 13:15 – 17:00
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Halkla ilişkiler kavramı kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler hakkında bilgi vererek kavramın bağlantılı olduğu diğer alanlarla benzerlik ve farklılıklarını ortaya koymak ve halkla ilişkilerin gelişim sürecini, bu süreci belirleyen sosyal gelişmelerle birlikte anlatmak.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<p><b>Kavramsal çerçeve: halkla ilişkilerin tanımı ve genişleyen işlevi</b></p> <p>Halk ve ilişki kavramını tanıır.</p> <p>Halkla ilişkiler kavramını tanımlar.</p> <p>Halkla ilişkilerin doğuşu ve etkileyen çevresel etkenleri öğrenir.</p> <p>Komşu dallarla olan ilişkisini ve sınırlarını bilir.</p> <p><b>Halkla ilişkilere benzer kavramlar</b></p> <p>Tanıma kavramını bilir.</p> <p>İnsan ilişkileri kavramını tanıır.</p> <p>Pazarlama ve reklamcılık hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p><b>Halkla ilişkilerin uygulama alanları</b></p> <p>Halkla İlişkilerin farklı uygulama alanlarını öğrenir</p> <p><b>Halkla ilişkiler modelleri ve modellerin karakteristik özellikleri</b></p> <p>Basın ajansı modelini ve uygulamalarını bilir.</p> <p>Kamuoyu bilgilendirme modelini uygulamalarını öğrenir.</p> <p>Çift yönlü asimetrik halkla ilişkiler ve uygulamalarını tanıır.</p> <p>Çift yönlü simetrik halkla ilişkiler ve mükemmel halkla ilişkiler kavramlarını ve uygulamalarını bilir.</p> <p><b>Halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri</b></p> <p>Halkla ilişkiler uzmanının sahip olması gereken nitelikleri bilir.</p> <p><b>Halkla ilişkilerde ortam ve araçlar</b></p> <p>İç halkla İlişkilerde kullanılan araçları bilir.</p> <p>Dış halkla ilişkilerde kullanılan araçları bilir.</p> <p><b>Halkla ilişkilerin amacı ve ilkeleri</b></p> <p>Halkla ilişkilerin işletme ve toplum açısından amacını öğrenir.</p> <p>Halkla ilişkilerin temel ilkelerini öğrenir.</p> <p><b>Halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitle</b></p> <p>Özel işletme ve kamu kurumları için hedef kitle kavramını tanıır.</p> <p>Hedef kitle grupları ve hedef kitle seçimi hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>Hedef kitlelere ulaşmak için gerekli eylem, iletişim planı hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>Spesifik hedef kitlelere ulaşmak için gerekli alt yapıyı hazırlar.</p> <p><b>Halkla ilişkiler süreci</b></p> <p>Sağlıklı bir halkla ilişkiler süreci yürütmek için gerekli aşamaları öğrenir.</p> <p>Araştırma ve planlama süreci hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>Uygulama ve değerlendirme süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p><b>Halkla ilişkiler uygulamalarında sosyal sorumluluk</b></p> <p>Sosyal sorumluluk kavramını tanıır.</p> <p>Sosyal sorumluluğun halkla ilişkiler açısından önemini bilir.</p> <p>Güncel sosyal sorumluluk uygulamalarını öğrenir.</p> <p>Sosyal sorumluluk uygulamalarını spesifik hedef kitlelere göre farklı uygulamalar yapmayı öğrenir.</p> <p><b>Halkla ilişkiler ve iletişim</b></p>

	İletişim kavramını öğrenir.	
	İletişim kavramının halkla ilişkiler açısından önemini bilir.	
	İletişim teknik ve yöntemlerini bilir.	
	Halkla ilişkiler uygulamalarında belli hedef kitlelere uygulanması gereken farklı iletişim teknik ve yöntemleri hakkında bilgi sahibi olur.	
	<b>Dijital çağda halkla ilişkiler</b>	
	Dijital ve dijital çağ kavramlarını bilir.	
	E sosyal sorumluluk -E halkla ilişkiler- kavramlarını öğrenir.	
	Online itibar yönetimi sosyal medya, sosyal ağ kavramlarını bilir.	
	<b>Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar</b>	
	Kurum kimliğini oluşturan bileşenleri bilir.	
	Kurum imajı kavramını ve oluşturan etmenleri bilir.	
	Kurumsal itibar ve kriterlerini bilir.	
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	03.10.2023	Oryantasyon haftası
2	10.10.2023	Kavramsal çerçeve: halkla ilişkilerin tanımı ve genişleyen işlevi
3	17.10.2023	Halkla İlişkilere benzer kavramlar
4	24.10.2023	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
5	31.10.2023	Halkla ilişkiler modelleri ve modellerin karakteristik özellikleri
6	07.11.2023	Halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri
7	14.11.2023	Halkla ilişkilerde ortam ve araçlar
8	21.11.2023	Halkla ilişkilerin amacı ve ilkeleri
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>
9	05.12.2023	Halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitle
10	12.12.2023	Halkla ilişkiler süreci
11	19.12.2023	Halkla ilişkiler uygulamalarında sosyal sorumluluk
12	26.12.2023	Halkla ilişkiler ve iletişim
13	02.01.2024	Dijital çağda halkla ilişkiler
14	09.01.2024	Kurumsal kimlik- kurum imajı- kurumsal itibar
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>	<p><b>1-Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilere yakın kavramlardan değildir?</b></p> <p>a)Tanıma b)İnsan İlişkileri c)Lobicilik d)Reklamcılık e)Tutundurma</p> <p><b>2- İşletmelerin kar elde etme yükümlülüklerinin yanı sıra toplumdaki kişi ve kurumlara karşı yükümlü olma zorunluluklarını ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?</b></p> <p>a)Halkla ilişkiler b)Sosyal sorumluluk c)Sponsorluk d)Kurumsal iletişim e)Propaganda</p>	

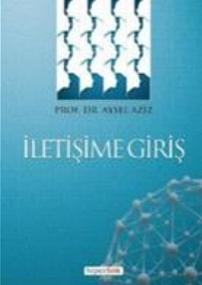
	<p><b>3-Aşağıdakilerden hangisi Halkla ilişkiler biriminin yapması gereken işlerden değildir?</b></p> <p>a)Hedef kitleye ilişkin bilgi toplamak b)Plan ve program hazırlamak c)Bütçe hazırlamak d)Basın bülteni hazırlamak e) Şirkete ilişkin bilgileri kimseyle paylaşmamak</p> <p><b>4- Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin birincil paydaşları arasında değildir?</b></p> <p>a)Tüketiciler b) Tedarikçiler c) İşletme rakipleri d) Çalışanlar e) İşletme sahipleri</p> <p><b>5-Halkla ilişkiler ürün değil erdem anlatmaktır. ( D ) - ( Y )</b></p> <p><b>6-Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerin özelliklerinden değildir?</b></p> <p>a) Bir yönetim işlevidir. b) Bir iletişim olgusudur. c) Kurum ile resmi makamların ilişkilerini düzenler. d)Kurumun toplumla bütünleşmesidir. e)İşletmenin sosyal sorumluluk çerçevesinde düzenlediği etkinliklerdir.</p> <p><b>7-Halkla ilişkiler nedir? İşletmeler için neden önemlidir?</b></p>
<p><b>Cevap Anahtarı</b></p>	<p>1-e , 2- b , 3-c , 4-c , 5-D , 6-c *(Tüm test soruları 5 ‘er puandır.)</p> <p>7- (Bu soru 25 puandır. Halkla ilişkilerin tanımını yapan 13 puan alacak, işletmeler için önemini açıklayabilen 12 puan alacaktır. Her ikisinin de cevabını tam veren 25 puan alacaktır. Verilecek cevaplarda öğrencinin kendi cümleleriyle özgür ifade etmesi teşvik edildiğinden özü aynı kalmakla birlikte farklı tanımlara da puan verilecektir.) Halkla ilişkiler bir işletmenin ya da bir kurumun iletişim kurmak amacıyla yürüttüğü kamu yararını esas alan düzenli faaliyetlerdir. Bağlantı kurduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için yaptığı sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim fonksiyonudur. Kurum ve kişilerin itibar yönetimidir. Halkla ilişkiler hizmet verdiği hedef kitle ile daha etkili iletişim kurma yöntemidir. Markanın önem kazanması tüketicinin etkisinin artması ve iletişimin pazarlama düşünceleri üzerindeki etkileşimi bu alanın önemini artırmıştır. Firma ürettiği mal ve hizmetleri pazara kolayca sokabilir. daha kolaylıkla finansal destek sağlar. İşletme duyarlı olduğu hedef kitlelerle sağlıklı uzun süreli ilişkiler geliştirir.</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	<p></p> <p>Halkla İlişkiler Nedir?, Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayın Evi (2018) <b>Bölüm 3 Sayfa:44-54;</b> <b>Bölüm 4 Sayfa:56-96;</b> <b>Bölüm 5 Sayfa:98-103.</b></p>

		<p>İşletmelerde Halkla İlişkiler, Prof.Dr.Zeyyat Sabuncuoğlu,Alfa Aktuel(2010)</p> <p><b>Bölüm 1 Sayfa:3-29;</b></p> <p><b>Bölüm 2 Sayfa:49-64;</b></p> <p><b>Bölüm 3 Sayfa:71-77;</b></p> <p><b>Bölüm 4 Sayfa:81-99;</b></p> <p><b>Bölüm 5 Sayfa:107-120;</b></p> <p><b>Bölüm 6 Sayfa:125-138;</b></p> <p><b>Bölüm 7 Sayfa:147-168.</b></p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları, Arzu Çekirge Paksoy 1998- Halkla İlişkiler; Ahmet Kalender-Mehmet Fidan 2011-	

## HİT117 İletişime Giriş

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Salı 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Pazartesi 09:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrencilerin iletişim ve becerileri ile ilgili temel bilgileri, çeşitli iletişim araç ve tekniklerini nasıl kullanmaları gerektiği ve etkin kullanma yöntemlerini öğrenmelerini sağlamaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>İletişim biliminin kökenleri</b>
	İletişim alanında öncü çalışmaları öğrenir.
	İletişim biliminin Türkiye'deki öncülerini bilir.
	İletişim bilimlerinin nasıl ortaya çıktığını açıklar.
	<b>İletişim olgusu ve süreci</b>
	İletişim kavramını tanımlar.
	İletişimin temel öğeleri ve özellikleri açıklar.
	<b>İletişimin diğer disiplinlerle ilişkisi</b>
	İletişimin sosyoloji, psikoloji, tarih ve siyasetle ilişkisini yorumlar.
	İletişimin yönetim, iletişim ve işletme, halkla ilişkilerle ilişkisini değerlendirir.
	İletişimin reklam, dil, göstergebilim ve kültür ile ilişkisini yorumlar.
	<b>İletişim türleri</b>
	Sözsüz ve sözlü iletişimi değerlendirir.
	Yazılı ve görsel iletişimi değerlendirir.
	İletişimin bağlamına göre iletişim türlerini analiz eder.
	<b>İletişimin işlevleri</b>
	İnsanlar arasında ilişki kurma işlevini açıklar.
	İletişimin toplumsallaştırma işlevini açıklar.
	Haber verme ve bilgilendirme ile çevreye uyum sağlama işlevlerini açıklar.
	<b>Temel iletişim modelleri</b>
	İletişim de model kavramını öğrenir.
	İletişim sürecinde modellerin oluşum sürecini açıklar.
	<b>İletişim türleri (araçları)</b>
	İletişim türlerini açıklar.
	İletişim türlerindeki araçları ve gelişmelerini açıklar.
	İletişim türleri arasındaki benzerlik ve farkları açıklar.
	İletişim teknolojisindeki gelişmeleri analiz eder.
	<b>Kitle iletişim ve kitle iletişim araçları</b>
	Kitle iletişim olgu ve sürecini ifade eder.
	Kitle iletişim işlevleri açıklar.
	Kitle iletişim araçları / medya hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Türkiye'de iletişim ve kitle iletişim</b>
Kitle iletişimi ve gelişimi hakkında bilgi sahibidir.	
Sinema, radyo ve tv türlerini ve gelişimini açıklar.	
<b>İnternet ve yeni medya</b>	
İnternet kavramını tanımlar.	
İnternet teknolojisinin özelliklerini açıklar.	
İnternetin etkilerini analiz eder.	
<b>İletişim ve ekonomi politik</b>	
İletişimin ekonomi politikasını yorumlar.	
Yeni dünya düzeni hakkında bilgi sahibi olur.	

	Medya ve kültür endüstrisi konusunda gerekli olan bilgi alt yapısına sahiptir.	
	Medyada yoğunlaşma ve tekelleşme konusunu analiz eder.	
	<b>İletişim ve ideoloji</b>	
	İdeoloji kavramını tanımlar.	
	Gramsci, ideoloji ve hegemonya konusunu açıklar.	
	Reklam ve ideoloji ilişkisini açıklar.	
	<b>Medya okuryazarlığı</b>	
	Medya okuryazarlığı kavramını tanımlar.	
	Medya okuryazarlığının sorunsalları analiz eder.	
	Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmaları hakkında bilgi sahibidir.	
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	02.10.2023	Oryantasyon haftası
2	09.10.2023	İletişim biliminin kökenleri
3	16.10.2023	İletişim olgusu ve süreci
4	23.10.2023	İletişimin diğer disiplinlerle ilişkisi
5	30.10.2023	İletişim türleri
6	06.11.2023	İletişimin işlevleri
7	13.11.2023	Temel iletişim modelleri
8	20.11.2023	İletişim araçları
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>
9	04.12.2023	Kitle iletişim ve kitle iletişim araçları
10	11.12.2023	Türkiye’de iletişim ve kitlesel iletişim
11	18.12.2023	İnternet ve yeni medya
12	25.12.2023	İletişim ve ekonomi politik
13	01.01.2024	İletişim ve ideoloji
14	08.01.2024	Medya okuryazarlığı
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>
<b>Değerlendirme</b>	Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
<b>Örnek Sorular</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. İletişim kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>2. İletişimin özellikleri <u>nelerdir?</u></li> <li>3. İletişim ve halkla ilişkiler ile olan ilişkisini <u>açıklayınız.</u></li> <li>4. İletişimin bağlamına göre iletişim türlerinden örgütsel iletişimi <u>açıklayınız.</u></li> <li>5. İnternetin olumsuz etkileri nelerdir maddeler halinde <u>sıralayınız.</u></li> </ol>	
<b>Cevap Anahtarı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. İletişim, esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilgilerin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir.</li> <li>2. İletişim olgusu ve sürecinin birtakım özellikleri vardır. Bunlar: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gönderici ve alıcı sürekli değişir.</li> <li>-İletişimde süreklilik vardır.</li> <li>-İletişim semboliktir/simgeseldir.</li> <li>-İletilerde geçişgenlik/farklı algılama vardır.</li> <li>-İletişim toplumsal bir olgudur.</li> <li>-İletişim kültürelidir.</li> <li>-İletişim ideolojiktir.</li> <li>-İletişim sınıfsaldır.</li> </ul> </li> </ol>	

	<p>3. Son 50 yılın ürünü olan halkla ilişkiler alanı ve eğitiminde temel olarak alınan bir diğer alan “iletişim” alanıdır. Halkla ilişkilerin temelinde iletişim olgusu yatar. İlişkinin ve halkla olan ilişkinin varlığı iletişime dayanır. Neredeyse iletişim olmazsa halkla ilişkilerde olmaz denilebilir. Bu iki olgu iç içedir. Bir halkla ilişkilercinin öncelikle iyi bir iletişim eğitimi alması gerekir. Hatta bu nedendir ki halkla ilişkiler eğitimi veren bölüm ve programların pek çoğu iletişim eğitimi veren iletişim fakülteleri ya da yüksekokulları içerisinde oluşturulmaktadır.</p> <p>4. Örgütsel iletişim, bir örgüt; kurum ya da kuruluş içerisinde oluşan bir iletişim türüdür. Genelde iş yaşamının gerektirdiği bu iletişim türü, bir kurum ya da kuruluşun içerisinde, işin görülmesi için gerekli olan bir iletişim biçimidir. Genel olarak “hiyerarşik iletişim” türüne girer. Bunun anlamı küçük ya da büyük kurum ve kuruluşlarda iletişimin “iletişim ağı” içerisinde, çoğunlukla ast-üst ilişkisi içerisinde yapılabilmesidir. Mesajın akışı, “üst”ten “ast”a, aradaki başka kademelerden geçerek ulaşır. Bir diğer deyişle, mesajı veren ile alan arasında, ara alıcılar vardır. Bu durumda mesajın anlamında bozulma olabileceği gibi mesajın ulaşmasındaki hızda da yavaşlama olur. Örneğin, örgütsel iletişimin en hiyerarşik durumunda yer aldığı resmi dairelerdeki iletişim bu tür iletişimdir. Bir genel müdürün en alt memura iletmek istediği bir yazılı mesaj, o kurumdaki ast ile üst arasındaki çeşitli kademelerden, süzülerek ve durarak gider. Bu durum, hem mesajın içeriğinin bozulmasına, değişmesine hem de zaman kaybına neden olur.</p> <p>5. İnternetin kontrolsüz kullanım sonucu, özellikle çocuk ve gençlerde, kimi kez de kendini denetleyemeyen yetişkinlerde önemli olumsuz etkileri görülebilmektedir. Bu sorunların daha çok internet bağımlılarında görüldüğünü de eklemek gerekir. İnternet kullanımının olumsuz sonuçları aşağıdaki gibidir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bağımlılık yaratma olasılığı vardır.</li> <li>-Sosyalleşmede sorunlar yaratır.</li> <li>-Sağlık sorunları yaratır.</li> <li>-Psikolojik sorunlar yaratır.</li> <li>-Aile içi ilişkilerde sorunlar yaratır.</li> <li>-Eğitim ve öğretime olumsuz katkısı vardır.</li> <li>-Sosyal sapmalara neden olur.</li> <li>-Çalışma yaşamında sorunlar yaratır.</li> </ul>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Prof. Dr. Aysel AZİZ, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları (2012)  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar:</b> 1 ve 15. bölümler arası</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Nazife GÜNGÖR, İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi (2013). <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 13. bölümler arası</p>

## İNG101 İngilizce I

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Mert GÜÇLÜ
<b>Oda Numarası</b>	UZEM
<b>Ofis Saatleri</b>	UZEM, Cumartesi 13:00 – 15:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:mert.guclu@gop.edu.tr">mert.guclu@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Cumartesi 13:00 – 15:00
<b>Derslik</b>	UZEM
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members</b>
	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.
	Aitlik zamiri ve aile üyelerini kavrar.
	Kendi aile üyelerini tanıtabilir.
	<b>Numbers, days and months</b>
	Sayıları öğrendiğinde yaşını ifade edebilir. Günleri ve ayları öğrendiğinde kurabildiği cümle çeşitliliğini artırır.
	<b>Countries</b>
	Ülkelerin öğrenimi ile beraber Yes/No sorusu ile sınıf içi çalışma yapar.
	Ülkeleri içeren metni okuyup cevaplandırabilir.
	<b>Prepositions</b>
	Günlük ihtiyacı olan nesnelere İngilizcesini öğrenir ve kullanır.
	Nesnelere konumunu anlatabilmek için yer edatlarını kullanır.
	Yer edatları ile sınıf içi soru- cevap çalışmaları yapar.
	<b>A / An &amp; plural nouns</b>
	Tekil nesnelere kullanımında a / an farklılığını öğrenir.
	Birden fazla nesne ifade ederken kelime çoğul yapabilir.
	<b>The simple present tense I ( I / you / we / they)</b>
	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.
	<b>“Wh-” questions</b>
	What, Where, When, How gibi soru kelimelerini öğrenir.
	<b>Present simple tense II</b>
	Geniş zamanda üçüncü tekil şahıs özneleri ile olumlu cümle yapabilir.
	Özneleri kullanarak negatif ve soru cümleleri oluşturur.
	<b>Daily activities</b>
Günlük aktivitelerle ilgili gerekli kelime öğretiminden sonra kendisi ile ilgili cümle kurar.	
Boş zaman aktivitelerini içeren bir metin yazabilir.	
<b>Jobs and related verbs</b>	
Meslekleri ve ilişkili fiilleri öğrenir.	
Meslekleri içeren metni okuyup metne ait soruları cevaplayabilir.	
<b>Adjectives</b>	
Sıfatları öğrenerek daha uzun cümle kurabilir.	
<b>Parts of the body &amp; have got / has got</b>	
Vücudunun bölümlerini öğrenir.	
Have got ve has got yapısını kullanarak kendini anlatır.	
Günlük diyalog çalışması yapabilir.	

		<b>Activities with –ing &amp; like + verbing</b>	
		Boş zaman aktivitelerini doğru cümle kalıpları ile ifade eder.	
		Yapmayı sevdiği aktiviteleri ifade ederken fiile –ing eklemeyi öğrenir.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	02-06.10.2023	Oryantasyon haftası	
2	09-13.10.2023	Verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members	PY15-PY19
3	16-20.10.2023	Numbers, days and months	PY15-PY19
4	23-27.10.2023	Countries	PY15-PY19
5	30-10.03-11.2023	Prepositions	PY15-PY19
6	06-10.11.2023	A / An & plural nouns	PY15-PY19
7	13-17.11.2023	The simple present tense I ( I / you / we / they)	PY15-PY19
8	20-24.11.2023	“Wh-” questions	PY15-PY19
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	04-08.12.2023	Present simple tense II	PY15-PY19
10	11-15.12.2023	Daily activities	PY15-PY19
11	18-22.12.2023	Jobs and related verbs	PY15-PY19
12	25-29.12.2023	Adjectives	PY15-PY19
13	01-05.01.2024	Parts of the body & have got / has got	PY15-PY19
14	08-12.01.2024	Activities with –ing & like + verbing	PY15-PY19
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	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.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p>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?</p> <p>2. Ayşe _____ a doctor. _____ works in a hospital. a) is / He                      b) is / She c) are / He                      d) are / She</p> <p>3. Ahmet is my friend. _____ school is in the city centre. a) His b) Her c) He d) She</p> <p>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?</p> <p>5. A: _____ is your brother?    B: He's 20 years old. a) What    b) How    c) Where    d) What years</p>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-a , 2-b , 3-a , 4-a , 5- b		

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		English for Life (Oxford University Press) + Student's Book + Workbook + iTools ( Digital Teaching Resources)
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		Oxford Practice Grammar by Norman Coe, Mark Harrison, Ken Paterson (Oxford University Press) English Grammar in Use by Raymond Murhpy (Cambridge University Press ) Essential Grammar in Use by Raymond Murphy (Cambridge University Press)

## 1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

### AlİT102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
Oda Numarası	Z/31
Ofis Saatleri	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
E-posta	<a href="mailto:izzetbahri.atesli@gop.edu.tr">izzetbahri.atesli@gop.edu.tr</a>
Ders Zamanı	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
Derslik	UZEM
Dersin Amacı	Atatürk'ün, Türkiye Cumhuriyeti'ni kurarken yaptığı inkılaplarla, 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	<b>Milli mücadele</b>
	Milli mücadele dönemi ayaklanmalarının sebeplerini ve sonuçlarını kavrar.
	Sevr Antlaşması'nın millî mücadele sürecine etkilerini değerlendirir.
	Kurtuluş Savaşı'nda cephelerde yapılan mücadeleleri analiz eder.
	Milli Mücadelenin zorluklarını kavrar.
	Millî birlik ve beraberliği güçlendiren unsurları kavrar.
	<b>Milli mücadele savaşını bitiren anlaşmalar</b>
	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.
	<b>Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu</b>
	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.
	<b>Cumhuriyetin demokratikleşmesi</b>
	Cumhuriyetin ilk yıllarında çok partili hayata geçiş denemeleri ve sonuçlarını değerlendirir.
	Atatürk'ün çok partili siyasî hayata verdiği önemi kavrar.
	<b>Cumhuriyetin laikleşmesi</b>
	Hukuk alanındaki gelişmeleri ve değişimi analiz eder.
	Eğitim alanında yapılan inkılapları analiz eder.
	Harf İnkılabını ve Millet Mekteplerini, eğitimin yaygınlaştırılması ve çağdaş Türk toplumunun oluşturulması açılarından değerlendirir.
	<b>Milliyetçilik ilkesi</b>
	Türk Tarih Kurumu ve Türk Dil Kurumu gibi kurumların kuruluş ve işleyiş yapısını açıklar.
	Atatürk'ün millî kültür ve millî kimlik oluşturmak ve geliştirmek için dil ve tarih alanında yaptığı çalışmaları değerlendirir
<b>Devletçilik ilkesi</b>	
Ekonomi alanında yapılan inkılapları değerlendirir.	
Planlı kalkınmanın cumhuriyet Türkiye'sinin kuruluş sürecine yaptığı katkıları anlar.	
Devletçilik ilkesini analiz eder.	
<b>Türk tarihinin anayasaları ve özellikleri</b>	

	Osmanlıdan cumhuriyete anayasal sürecin gelişimini analiz eder.	
	Cumhuriyet dönemi anayasalarının özelliklerini kavrar.	
	Anayasaları ortaya çıkaran siyasi ve sosyal şartları değerlendirir.	
	<b>Toplumsal, kültürel ve eğitim alanlarında yapılan inkılaplar</b>	
	Toplumsal yaşamın düzenlenmesi amacıyla gerçekleştirilen inkılapları açıklar.	
	Türk eğitim sisteminin hedef ve özelliklerini kavrar.	
	<b>Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikası</b>	
	Atatürk dönemi Türk dış politikasının temel ilkelerini ve amaçlarını analiz ederek Türk dış politikası hakkında çıkarımlarda bulunur.	
	Milli siyasetin unsurlarını bilir.	
	Türk dış politikasındaki gelişmeleri dünyada meydana gelen ekonomik ve siyasi gelişmeler ile birlikte değerlendirir.	
	İkinci Dünya Savaşı'nın sebep, süreç ve sonuçlarını Türkiye'ye etkileri açısından değerlendirir.	
	<b>Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 1</b>	
	Türkiye'nin dünya üzerindeki konumunun öneminden yola çıkarak İkinci Dünya Savaşı sonrası değişen ülkelerarası ilişkileri değerlendirir.	
	İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Türkiye'de meydana gelen toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmeleri fark eder.	
	1950 seçimleri ve sonrasında yaşanan siyasi gelişmeleri kavrar.	
	1960,1971 ve 1980 darbelerini sebep, süreç ve sonuçlarıyla analiz eder.	
	<b>Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 2</b>	
	1980 darbesi sonrası siyasi, sosyal ve toplumsal gelişmeleri analiz eder.	
	SSCB'nin dağılmasının dünyaya ve ülkemize etkileri hakkında çıkarımlarda bulunur.	
	Körfez Savaşlarının Türkiye'ye siyasî, sosyal, askeri ve ekonomik etkilerini değerlendirir.	
	1980 sonrası yaşanan 28 Şubat süreci ve 15 Temmuz darbe girişiminin sebeplerini ve sonuçlarını değerlendirir.	
	<b>Jeopolitik kavramı, unsurları ve Türkiye'nin jeopolitik önemi</b>	
	Türkiye ve yakın çevresindeki enerji kaynaklarının siyasî ve ekonomik önemini değerlendirir.	
	Türkiye Cumhuriyeti'nin temel niteliklerine ve varlığına yönelik iç ve dış tehditlere karşı korunması konusunda duyarlı olur.	
	Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerini tarihsel gelişimi açısından analiz eder.	
	Türkiye'nin bölgesel ve küresel sistemde gelecek vizyonu ile ilgili bilgi ve fikir sahibi olur.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>
1	12-16.02.2024	Oryantasyon haftası
2	19-23.02.2024	Milli mücadele
3	26-01.02-03.2024	Milli mücadele savaşını bitiren anlaşmalar
4	04-08.03.2024	Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu
5	11-15.03.2024	Cumhuriyetin demokratikleşmesi
6	18-22.03.2024	Cumhuriyetin laikleşmesi
7	25-29.03.2024	Milliyetçilik ilkesi
8	01-05.04.2024	Devletçilik ilkesi
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>
9	22-26.04.2024	Türk tarihinin anayasaları ve özellikleri
		<b>İlgili Program Yeterliği</b>
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
		PY3-PY9-PY11-PY14-PY15

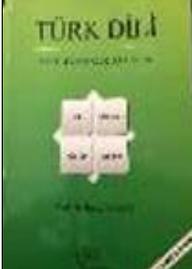
10	29-04.03-05.2024	Toplumsal, kültürel ve eğitim alanlarında yapılan inkılaplar	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
11	06-10.05.2024	Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikası	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
12	13-17.05.2024	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
13	20-24.05.2024	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
14	27-31.05.2024	Jeopolitik kavramı, unsurları ve Türkiye'nin jeopolitik önemi	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	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.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p><b>1) Kurtuluş Savaşı'nda,</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Birinci İnönü Zaferi'nden sonra Anlaşma Devletlerinin Londra'da konferans düzenlemesi ve TBMM'yi davet etmesi</li> <li>- Sakarya Zaferi'nden sonra Fransa'nın TBMM'yle Ankara Antlaşması'nı yapması <b>gelişmeleriyle aşağıdakilerden hangisine ulaşıldığı savunulabilir?</b></li> </ul> <p>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</p> <p><b>2) I. Mustafa Kemal'e mareşallik unvanının verilmesi</b>  II. Fransa'yla Ankara Antlaşması'nın yapılması  <b>Yukarıdaki gelişmeler aşağıdaki savaşlardan hangisinin sonuçları arasındadır?</b></p> <p>A) Başkomutanlık Savaşı  B) Sakarya Savaşı  C) Birinci İnönü Savaşı  D) İkinci İnönü Savaşı  E) Eskişehir ve Kütahya Savaşları</p> <p><b>3) Kurtuluş Savaşı'nda Gürcistan, Ermenistan Hükümetleriyle Kars Antlaşması yapılmıştır.</b>  <b>Bu antlaşmanın yapılmasında aşağıdakilerin hangisinin etkili olduğu savunulabilir?</b></p> <p>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</p> <p><b>4) Atatürkçü milliyetçilik anlayışı ırk, din ve mezhep ayrımcılığına karşıdır.</b>  <b>Yalnız bu bilgiyle Atatürk milliyetçiliğinin,</b>  I. laik devlet anlayışını benimseme,  II. etnik kimliklere saygılı olma,</p>		

	<p>III. milletin birliğine ve bütünlüğüne önem verme <b>özelliklerinden hangilerine ulaşılır?</b></p> <p>A) Yalnız I    B) Yalnız II    C) Yalnız III    D) II ve III    E) I, II ve III</p> <p><b>5) Aşağıdakilerden hangisinin geleceği, Lozan Antlaşması'yla belirlenmemiştir?</b></p> <p>A) İmroz    B) Musul    C) On İki Ada    D) Karaağaç    E) Bozcaada</p>
<b>Cevap Anahtarı</b>	1- E, 2- B, 3- E, 4- E, 5- B
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Sabri ZENGİN, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Taşhan Kitap, Tokat 2016.</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	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 Dili-II

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
<b>Oda Numarası</b>	205
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:faruk.toydemir@gop.edu.tr">faruk.toydemir@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	UZEM
<b>Dersin Amacı</b>	Türk dilinin gramer yapısını ve anlatım gücünü öğrencilere kavratmak, Türk dilini daha iyi kullanma becerisini kazandırmak; ön lisans ve lisans düzeyindeki öğrencilere kendilerini doğru ve etkili olarak doğru ifade etmeyi, ana dil bilinci edindirmeyi; panel, konferans, açık oturum, forum türü toplantıları etkili dinlemeyi öğretmektir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Ses bilgisi</b>
	Dersin verilmesindeki genel amaçları öğrenir.
	Dersin temel ve yardımcı kaynakları hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Cümle türleri: anlamına göre cümleler</b>
	Cümle ile ilgili kavramları bilir.
	Olumlu cümleyi, olumsuz cümleyi bilir.
	Soru cümlesini, ünlem cümlesini bilir.
	Cümlede anlam kaymalarını bilir.
	<b>Cümle türleri: yapısına göre cümleler</b>
	Basit cümleyi, birleşik cümleyi öğrenir.
	Bağımlı sıralı cümleyi, bağımlı sıralı cümleyi ayırabilir.
	Bağlı (bağlaçlı) cümleyi bilir.
	<b>Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri</b>
	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.
	<b>Zamirler</b>
	Zamirin tanımını, özelliklerini ve zamir çeşitlerini bilir.
	Metin içerisinde zamirleri ve zamir çeşitlerini bulur.
	<b>Sıfat ve sıfat öbekleri</b>
	Sıfatın tanımını, özelliklerini ve sıfat türlerini bilir. Metinde sıfatı ve sıfat türlerini bulur
	Adlaşmış sıfatlar öğrenir metin içinde değerlendirir.
	<b>Zarflar</b>
	Zarfin tanımını ve zarf türlerini bilir. Metin içerisinde zarfları bulur.
	Zarflarla yapılmış yan cümleleri kavrar.
	<b>Eylemler</b>
	Eylemin tanımını ve özelliklerini bilir. İsim ve eylem ayırımına varır.
	Metin içerisinde eylemleri bulur.
Eylemlerin kendi içinde farklı kullanımlarını öğrenir.	
<b>Ek eylemler</b>	
Ek eylem nedir, bilir. Eylemin özelliklerini kavrar. Metin içerisinde ek eylemin bulur.	
Ekeylemlerle yapılmış isim ve fiil cümlelerini kavrar.	
<b>Eylemsiler</b>	
Eylemsilerin tanımını yapar, özelliklerini bilir.	
Metin içerisinde eylemsileri bulur.	
<b>Edatlar ve ünlemler</b>	
Edat nedir, bilir. Edatın özelliklerini kavrar.	
Edat türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.	
<b>Bağlaçlar</b>	

	Bağlacın özelliklerini kavrar. Bağlaç türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.		
	<b>Edebi yazılar</b>		
	Makale, deneme, fıkra, eleştiri, röportaj, anı, hatıra, gezi, seyahat yazılarının tanımını ve özelliklerini bilir.		
	<b>Sözlü türler</b>		
	Seminer, kongre, sempozyum, panel, forum gibi sözlü anlatım türlerinin tanımını ve özelliklerini bilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları		İlgili Program Yeterliği
1	12-16.02.2024	Ses bilgisi	P2,P7,P10
2	19-23.02.2024	Cümle türleri: anlamına göre cümleler	P2,P7,P10,P15,P16,P21
3	26-01.02-03.2024	Cümle türleri: yapısına göre cümleler	P2,P7,P10,P15,P16,P21
4	04-08.03.2024	Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri	P2,P7,P10,P15,P16,P21
5	11-15.03.2024	Zamirler	P2,P7,P10,P15,P16,P21
6	18-22.03.2024	Sıfat ve sıfat öbekleri	P2,P7,P10,P15,P16,P21
7	25-29.03.2024	Zarflar	P2,P7,P10,P15,P16,P21
8	01-05.04.2024	Eylemler	PY2 – PY5
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Ek eylemler	PY11- PY12
10	29-04.03-05.2024	Eylemsiler	PY10
11	06-10.05.2024	Bağlaçlar	PY2- PY11- PY12
12	13-17.05.2024	Edatlar ve ünlemler	PY5
13	20-24.05.2024	Edebi yazılar	PY9
14	27-31.05.2024	Sözlü türler	PY11- PY12
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin katkısı % 40 dönem sonu sınavı ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p><b>1. Aşağıdaki atasözlerinin hangisinde ünsüz benzeşmesinin örneği yoktur?</b></p> <p>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.</p> <p><b>2. Ben güzel günlerin şairiyim." cümlesiyle yapısı, yüklemine yeri ve türü yönünden aşağıdaki dizelerin hangisi özdeştir?</b></p> <p>A) Saadetten alıyorum ilhamımı.  B) Kızlara çeyizlerinden bahsediyorum.  C) Çocuklara müjdeler veriyorum.  D) Babası cephede kalan çocuklara.  E) Ben ümitsizlere ümidim.</p> <p><b>3. Aşağıdaki cümlelerin hangisi yapısına göre basit, söz dizimine göre devrik bir cümledir?</b></p> <p>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.</p>		

	<p><b>4. Aşağıdakilerden hangisinde ikileme zarf fiillerle kurulmuştur?</b></p> <p>A) Sabah hızlı hızlı yürüyordu.  B) Bir köşede ileri geri konuşular.  C) Çocuk düşe kalka büyür.  D) İşleri sonra sonra yoluna girdi.  E) Gece gündüz demeden çalıştı.</p> <p><b>5. Aşağıdaki cümlelerden hangisinde fiilimsi yoktur?</b></p> <p>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?</p>
<b>Cevap Anahtarı</b>	<b>1-d, 2-e, 3-e, 4-c, 5-b</b>
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Prof. Dr. Hanifi Vural, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999.</li> <li>- Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998.</li> <li>- Prof. Dr. Mustafa Özkan vd.; Yükseköğretimde Türk Dili Yazılı ve Sözlü Anlatım, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2006.</li> <li>- Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011.</li> <li>- Ertem, Rekin - İsa Kocakaplan, Üniversitelerde Türk Dili ve Kompozisyon</li> <li>- Serdar Odacı vd., Üniversiteler için Dil ve Anlatım, Palet Yay., Konya, 2009.</li> <li>-“Türkçe Sözlük”, TDK Yayınları, Ankara, 2013.</li> <li>- “Yazım Kılavuzu”, TDK Yayınları, Ankara, 2012.</li> </ul>

## HİT114 İletişim Hukuku

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş
<b>Oda Numarası</b>	202
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:Ozge.cepni@gop.edu.tr">Ozge.cepni@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Kitle İletişimi ile ilgili hukuki düzenlemeleri tanımak, Haberleşme Özgürlüğü ve Sınırları hakkında bilgi sahibi olmak, Basın-Yayın kurallarını kavramak ve uygulamaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>İletişim kavramı ve türleri</b>
	İletişim kavramının ne olduğunu bilir.
	İletişim türlerini sıralayabilir.
	İletişim türlerini açıklayabilir.
	İletişim faaliyetinin unsurlarını sıralayabilir.
	Kitle iletişim araçlarını sıralayabilir.
	<b>Kitle iletişimin önemi</b>
	Kitle iletişim faaliyetlerinin sınırlarını bilir.
	Kitle iletişim faaliyetlerinde ilkeler/yasakları bilir.
	<b>Kitle iletişim özgürlüğünün içeriği, sınırlandırılması ve basın özgürlüğü ile ilişkisi 1</b>
	Kitle iletişim özgürlüğü kavramının içeriğini bilir.
	Kitle iletişim özgürlüğünün temel unsurlarını sıralayabilir.
	Kitle iletişim özgürlüğünün temel unsurlarını açıklayabilir.
	<b>Kitle iletişim özgürlüğünün içeriği, sınırlandırılması ve basın özgürlüğü ile ilişkisi 2</b>
	Kitle iletişim özgürlüğünün sınırlandırılmasını bilir.
	Kişilik hakları dolayısıyla sınırlandırmayı bilir.
	Kişinin şeref ve haysiyet hakkını bilir.
	Kişinin özel hayatı konusunda bilgi sahibi olur.
	Kişinin kamusal (ortak) hayatı konusunda bilgi sahibi olur.
	<b>Basın rejimi 1</b>
	Basının tarihçesini bilir.
	Basının kamusal görevlerini sıralayabilir.
	Basının kamusal görevlerini açıklayabilir.
	<b>Basın rejimi 2</b>
	Basın rejimine ilişkin temel kavramları bilir.
	Basılmış eser şartlarını bilir.
	Yayın kavramını açıklayabilir.
	<b>Düşüncüyü ifade özgürlüğünün unsurları, sınırlandırılması ve kitle iletişim özgürlüğü ile ilişkisi</b>
	Düşüncüyü ifade özgürlüğünün unsurlarını sıralayabilir.
	Düşüncüyü ifade özgürlüğünün unsurlarını açıklayabilir.
Sınırlamanın koşullarını bilir.	
Düşüncüyü ifade özgürlüğünün kitle iletişim özgürlüğüyle ilişkisini bilir.	
<b>Radyo ve televizyon rejimi 1</b>	
Radyonun tarihçesini bilir.	
Televizyonun tarihçesini bilir.	
TRT'nin yapısı, organları ve görevlerini bilir.	
<b>Radyo ve televizyon rejimi 2</b>	
Radyo ve televizyon üst kurulunu (RTÜK) bilir.	
RTÜK'ün görev ve sorumluluklarını sıralayabilir.	
Yayın ilkelerini bilir.	

		Yayın yasaklarını bilir.	
		<b>Basın yayın faaliyetlerinin denetlenmesi 1</b>	
		Basın konseyini bilir.	
		Basın meslek ilkelerini sıralayabilir.	
		Basın konseyine başvuru ve şikâyetleri karara bağlama yolunu bilir.	
		Basın ilan kurumunu bilir.	
		<b>Basın yayın faaliyetlerinin denetlenmesi 2</b>	
		Basın ahlak esaslarını bilir.	
		Basının cezai ve hukuki sorumluluk rejimini bilir.	
		Basın suçlarını bilir.	
		Basın suçları türlerini bilir.	
		<b>İnternet rejimi 1</b>	
		Bilişim ve bilgisayar kavramlarını bilir.	
		İnternet ve internete ilişkin kavramları bilir.	
		Sosyal medya kavramını bilir.	
		<b>İnternet rejimi 2</b>	
		Sosyal medyanın özelliklerini sıralayabilir.	
		Sosyal medya araçlarını bilir.	
		İnternet hukukuna ilişkin uluslararası ve ulusal düzenlemeleri bilir.	
		İnternetin ulusal düzenlemesi ve denetimini sağlayan kurumları bilir.	
		Basının cezai ve hukuki sorumluluk rejimini bilir.	
		<b>Dönem sonu değerlendirme</b>	
		Dönem içi işlenen konulara örnekler verebilir.	
		İşlenen konuları tekrar edebilir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	İletişim kavramı ve türleri	
2	19-23.02.2024	Kitle iletişimin önemi	PY1
3	26-01.02-03.2024	Kitle iletişim özgürlüğünün içeriği, sınırlandırılması ve basın özgürlüğü ile ilişkisi 1	PY13
4	04-08.03.2024	Kitle iletişim özgürlüğünün içeriği, sınırlandırılması ve basın özgürlüğü ile ilişkisi 2	PY1
5	11-15.03.2024	Basın rejimi 1	PY2
6	18-22.03.2024	Basın rejimi 2	PY1
7	25-29.03.2024	Düşüncüyü ifade özgürlüğünün unsurları, sınırlandırılması ve kitle iletişim özgürlüğü ile ilişkisi	PY1
8	01-05.04.2024	Radyo ve televizyon rejimi 1	PY1
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Radyo ve televizyon rejimi 2	PY1
10	29-04.03-05.2024	Basın yayın faaliyetlerinin denetlenmesi 1	PY3-PY4-PY15
11	06-10.05.2024	Basın yayın faaliyetlerinin denetlenmesi 2	PY3-PY4-PY15
12	13-17.05.2024	İnternet rejimi 1	PY1
13	20-24.05.2024	İnternet rejimi 2	PY1
14	27-31.05.2024	Dönem sonu değerlendirme	PY1
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		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.	
<b>Örnek Sorular</b>		1)(5 Puan) ..... kavramı toplumu oluşturan bireylerin, toplulukların ve katmanların diğer, birey, topluluk ve katmanlarla olan etkileşimini ifade etmektedir. 2)(5 Puan) Türkiye Radyo ve Televizyon (TRT) Kurumu kaç yılında kurulmuştur? a) 1965 b)1940 c)1990 d)1964	

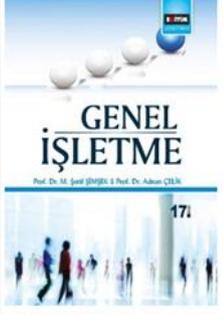
	<p>3)(5 Puan) (D)-(Y) Gazete, dergi gibi belli aralıklarla çıkan yayınlara süresiz yayın denir.</p> <p>4)(20 Puan) Kitle iletişim hukukunun temel çerçevesi Anayasada yer alan düzenlemelerde belirlenmiştir. Bu düzenlemeler nelerdir? 5 tanesini yazınız.</p>
Cevap Anahtarı	<p>1)İletişim (5 Puan) 2)B (5 Puan) 3)(Y) (5 Puan) 4)Haberleşme özgürlüğü (4 Puan) Düşünce ve kanaat özgürlüğü (4 Puan) Düşünceyi yayma ve açıklama özgürlüğü (4 Puan) Bilim ve sanat hürriyeti (4 Puan) Basın özgürlüğü (4 Puan)</p>
Kaynak Kitap/lar	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>Dr. Öğretim Üyesi Sinan BAYINDIR, Dr. Öğretim Üyesi Özge APİŞ, Arş. Gör. Oğuz ERSÖZ</p> <p><b>KİTLE İLETİŞİM HUKUKU</b></p> <p>12 Levha Yayıncılık 2018</p> </div> </div> <p>Dr. Öğretim Üyesi Sinan BAYINDIR, Dr. Öğretim Üyesi Özge APİŞ, Arş. Gör. Oğuz ERSÖZ, Kitle İletişim Hukuku, 12 Levha Yayıncılık (2018) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> Kitabın tamamı</p>
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Anadolu Üniversitesi açık ders kaynakları.

## HİT116 Genel İşletme

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Ömer Erol
<b>Oda Numarası</b>	226
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:omer.erol@gop.edu.tr">omer.erol@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	İşletmecilik kavramı, ilke ve uygulamalarını analiz etme, işletmelerin yapı ve işleyişi hakkında temel bilgileri öğrencilere benimsetmektir. Amacımız öğrencilerin de aktif katılımı ve sıkça karşımıza çıkan başarılı ve başarısız işletmecilik örneklerinin daha sağlıklı bir şekilde analiz edilebilmesidir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>İşletmeciliğin genel esasları ve genel işletmecilik bilgileri</b>
	İşletmeyi tanımlayabilir.
	İşletmecilikle ilgili kavramları ifade edebilir. Girişim, girişimci, yönetim, yönetici gibi kavramları öğrenmiştir.
	Ekonomik sistemi anlayabilir.
	Mal ve hizmet ayrımı yapabilir.
	İhtiyaç kavramını anlayabilir.
	İşletme girdi ve çıktılarını değerlendirebilir.
	İşletme ilkelerini açıklayabilir.
	<b>İşletmelerin hukuki yapıları</b>
	İşletmeleri hukuki yapılarına göre ayırma tabii tutabilir.
	Kişi işletmelerini açıklayabilir.
	Sermaye şirketlerini ve özelliklerini ifade edebilir.
	Sermaye şirketleri ile kişi işletmelerinin farklılıklarını açıklayabilir.
	Kooperatif işletmelerin açıklayabilir.
	Kooperatiflerin ekonomik kalkınmadaki yerini kavrayabilir.
	Vakıf ve deneklerin hukuken işletmecilik yapma konusundaki durumları ifade edebilir.
	<b>İşletmelerin bölümlendirilmesi</b>
	İşletmeleri faaliyetlerine göre, büyüklüklerine göre ve mülkiyetlerine göre sınıflandırabilir.
	İşletmelerin sınıflandırılmasına neden gerek olduğunu anlayabilir.
	İşletmelerin bölümlendirilmesinden kimlerin yarar sağlayacağını kavrayabilir.
	İşletmelerin çeşitli şekilde sınıflandırılması ile ilgili ölçüler hakkında bilgi sahibi olmuştur.
	<b>İşletmelerin çevresi</b>
	İşletmeyi çevreleyen unsurları ayırma tabii tutabilir.
	Beşeri ve fiziki çevre unsuru ayrımı yapabilir.
	İç ve dış çevre ayrımı yapabilecektir.
	İşletmenin yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çevresini ifade edebilir.
	<b>İşletmelerin amaçları</b>
İşletmenin amaçlarının özelliklerini kavrar.	
Genel amaçlar ve özel amaçlar şeklinde ayırım yapabilir.	
Topluma hizmet, devamlılık ve kâr sağlama amaçlarını anlar ve aralarında ilişki kurabilir.	
Özel amaçların işletmeden işletmeye ve işletmenin faaliyeti hukuki yapısı ve mülkiyetine göre değişebileceğini kavrar.	
<b>İşletmenin fonksiyonları</b>	
İşletmenin fonksiyonlarını bölümlendirebilir.	
Yönetim fonksiyonlarını işletmeyi bir sistem içinde ele alarak anlayabilir. Planlama, örgütleme, yöneltme, koordinasyon ve denetim gibi yönetim fonksiyonlarını kavrar.	

	Diğer işletme fonksiyonları; üretim, pazarlama, muhasebe ve finansman insan kaynakları yönetimi ve Halkla ilişkilerle ilgili genel bilgiler kazanılmıştır.		
	<b>İşletmenin kuruluş analizi ve planlama çalışmaları</b>		
	İşletme kurma çalışmalarını kavrar.		
	İşletme kurma nedenlerini öğrenmiş olacaktır.		
	İşletme kurma çalışmalarını önemi ve yayar sağladığı kesimleri kavrayacaktır.		
	Kuruluş çalışmaları ile ilgili fizibilite etütlerin anlayacaktır. İşletme kuruluşunun; hukuki, ekonomik, finansal teknik ve beşeri etütlerini yapabilmeyi öğrenmiş olacaktır.		
	Pazar araştırması, kuruluş yeri araştırması ve talep tahminleri yapabilir düzeye gelecektir.		
	<b>Bir işletmenin yatırım kararını vermesi ve yatırımı gerçekleştirme</b>		
	Yatırım kavramını ve işletme kurma çalışmalarının bir yatırım olduğunu ifade edebilecektir.		
	Yatırım türleri hakkında yüzeysel fikir sahibi olacaktır. Mali yatırım ile işletmecilik yatırımları arasındaki farkı algılayabilecektir.		
	Yapılan fizibilite çalışmalarının sonucunda yatırım yapıp yapmama konusunda karar vermeyi teorik olarak kavrayacaktır.		
	<b>İşletmelerde büyüklük kavramı ve kapasite kapsamı</b>		
	Büyüme ve kapasite kavramı ifade edilebilir.		
	Büyümenin nedenleri açıklanabilecektir.		
	Büyüme şekilleri iç ve dış büyüme olarak açıklanabilecektir.		
	Kapasite analizi şekille anlatılabilecek şekilde öğrenilmiştir.		
	Kapasite türleri ve kapasiteye etki eden faktörler öğrenilmiş olacaktır.		
	<b>İşletmeler arası anlaşmalar ve birleşmeler</b>		
	Ortak harekete dayalı birleşme ve işbirliği öğrenilmiştir.		
	Hukuki ve ekonomik sonucu olan işbirliği ve birleşmeler ifade edilebilir.		
	Yasal ve yasal olmayan ileri derecede işbirliği anlaşmaları ve birleşmeler kavranmış olacaktır.		
	<b>Çokuluslu işletmeler</b>		
	Çok uluslu işletme kavramı ve kapsamı ifade edilebilecek düzeyde öğrenilmiştir.		
	Çok uluslu işletmelerin gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik hayatına pozitif ve negatif etkileri öğrenilmiş olacaktır.		
	Çok uluslu işletmelerin dünya ekonomisi içerisindeki rolü anlaşılacak olacaktır.		
	<b>İşletmelerde teknolojinin önemi</b>		
	Teknoloji kavramı açıklanabilir düzeyde bilgi edinilmiştir.		
	Teknolojik gelişmelerin işletmelerin gelişmesine ve ülke kalkınmasına etki kavranmıştır.		
	Teknolojik gelişmenin istihdama etkisi ve işgücünde nitelikli olma konusundaki zorlayıcı yanları anlaşılacaktır.		
	<b>Yenilik ve teknoloji ilişkisi</b>		
	Yenilik (inovasyon) öğrenilmiştir. Teknoloji ilişkisi ifade edilebilir düzeyde anlaşılacaktır.		
	Teknolojik gelişme ve yeniliklerin büyüme üzerine etkisi öğrenilmiştir.		
	<b>Örnek iş planı ve uygulama</b>		
	İşletme kuruluşu örnekleri 1		
	İşletme kuruluşu örnekleri 2		
	İşletme kuruluşu örnekleri 3		
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	İşletmeciliğin genel esasları	PY1
2	19-23.02.2024	İşletmelerin hukuki yapıları	PY5
3	26-01.02-03.2024	İşletmelerin bölümlendirilmesi	PY5
4	04-08.03.2024	İşletmelerin çevresi	PY1
5	11-15.03.2024	İşletmelerin amaçları	PY4

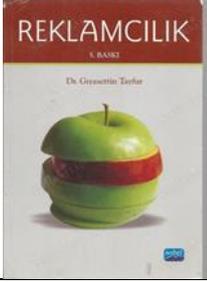


<b>Kaynak Kitap/lar</b>	
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	<p>İşletme Bilimlerine Giriş; Soner Taslak, Mehmet Kara; Murathan Yayınevi KARALAR, Rıdvan (1998), İşletme Politikası, Anadolu Üniversitesi Basımevi; Eskişehir. AKTEPE, Eyüp "Genel İşletme", Nobel Yayıncılık, 2007 Mucuk, İsmet "Modern İşletmecilik", Türkmen Kitapevi, 2000</p>

## HİT 118 Reklamcılık

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı	
<b>Oda Numarası</b>	208	
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.	
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>	
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.	
<b>Derslik</b>	119	
<b>Dersin Amacı</b>	Reklam ve tanıtım konusunda genel bilgiler vermek, bu konular hakkında ön bilgiler oluşturmak. Reklam kampanyaları ve aşamaları hakkında ayrıntılı bilgilendirmek.	
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Reklam tanımı ve kapsamı</b>	
	Reklamın tanımını öğrenir.	
	Reklamın kapsamını öğrenir.	
	<b>Reklamın tarihsel gelişimi</b>	
	Reklamcılığın Türkiye'deki gelişimini öğrenir.	
	Reklamcılığın dünyadaki gelişimini öğrenir.	
	<b>İletişim ve reklam</b>	
	İletişimin tanımını kapsamını öğrenir.	
	Reklam iletişim sürecini kavrar.	
	<b>Reklam ve güdüler (motivasyon)</b>	
	Tüketiciyi harekete geçirecek	
	<b>Reklam yönetimi</b>	
	Reklam planlaması kavramını bilir.	
	Reklamın hedeflerini öğrenir.	
	<b>Doğal reklam</b>	
	Doğal reklam konusunu öğrenir.	
	<b>Reklamda kullanılan sloganlar ve tüketici zihni</b>	
	Çeşitli reklam sloganlarında kullanılan dili tüketiciyi etkileyen yönlerini bilir.	
	<b>Konumlandırma -İletişim planlaması</b>	
	Reklam mesajını belirlemeyi öğrenir.	
	Reklam araçlarını seçmeyi öğrenir.	
	Reklam ajansları hakkında fikir sahibi olur.	
	<b>Medya planlaması</b>	
	Medya planlaması yapmayı öğrenir.	
	Medya planı kurallarını öğrenir.	
	<b>Reklam araçları</b>	
	Bir reklam aracı olarak televizyonun özelliklerini öğrenir.	
	İçerik açısından reklamları öğrenir.	
	Renkler ve anlamlarını öğrenir.	
	Radyo sinema gazete vd araçların reklam açısından özelliklerini öğrenir.	
	<b>Reklamın etkileri</b>	
	Reklamın tüketiciye etkisi hakkında yorum yapar.	
Reklamın ekonomiye etkisi hakkında yorum yapar.		
<b>Reklam ve halkla ilişkiler</b>		
Reklam ve halkla ilişkiler arasındaki farkı kavrar.		
<b>Reklamda etik</b>		
Reklamda etik hakkında bilgi sahibi olur.		
<b>Reklam ve kültür</b>		
Reklam yapılırken dikkat edilmesi gereken kültürel farklılıkları kavrar.		
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1   12-16.02.2024	Reklam tanımı ve kapsamı	PY3-PY9-PY7

2	19-23.02.2024	Reklamın tarihsel gelişimi	PY3-PY9-PY7
3	26-01.02-03.2024	İletişim ve reklam	PY3-PY9-PY7
4	04-08.03.2024	Reklam ve güdümler (motivasyon)	PY3-PY9-PY7
5	11-15.03.2024	Reklam yönetimi	PY3-PY9-PY7
6	18-22.03.2024	Doğal reklam	PY3-PY9-PY7
7	25-29.03.2024	Reklamda kullanılan sloganlar ve tüketici zihni	PY3-PY9-PY7
8	01-05.04.2024	Konumlandırma -İletişim planlaması	PY3-PY9-PY7
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Medya planlaması	PY3-PY9-PY7
10	29-04.03-05.2024	Reklam araçları	PY3-PY9-PY7
11	06-10.05.2024	Reklamın etkileri	PY3-PY9-PY7
12	13-17.05.2024	Reklam ve halkla ilişkiler	PY3-PY9-PY7
13	20-24.05.2024	Reklamda etik	PY1- PY3-PY9-PY7
14	27-31.05.2024	Kültür ve Reklam	PY1- PY3-PY9-PY7
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<p>1-Aşağıdakilerden hangisi reklamın özellikleri arasında yer almaz?</p> <p>a) pazarlama faaliyetleri içinde yer alır</p> <p>b) belli bir ücret karşılığında yapılır</p> <p>c) kitle iletişim araçları kullanılır</p> <p>d) halkla ilişkilerle eşdeğer anlam taşır</p> <p>2- İçinde hareket unsuru olmayan yalnız tek görüntü bulunan ve spiker tarafından seslendirilen reklam türlerine ne denir?</p> <p>3-Reklamı tanımlayınız.</p> <p>4-Reklamın amaçları nelerdir?</p> <p>5-Bir reklam planı doğru mesajları hedefe ulaştırmak için hazırlanır. Böyle bir planın unsurları neler olabilir?</p>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		<p>1-d, (Bu soru 5 puandır.)</p> <p>2-Hareketsiz reklam, (Bu soru 5 puandır.)</p> <p>3-Reklam: Belirli bir kişi ya da kurum tarafından ürün, hizmet veya görüşlerin bedeli ödenerek, yer ve zaman satın alınarak kitle iletişim araçlarında kullanılarak ürün ve hizmetin talebini artırmak, ürün veya hizmetin varlığından hedef kitleyi haberdar etmek ve marka değeri kazandırmak amacıyla yapılan bir iletişim fonksiyonudur (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifade etmesi desteklendiğinden aynı anlama gelecek farklı tanımlamalara da puan verilecektir.)</p> <p>4- a) Ürün ve hizmet hakkında hedef kitleyi bilgilendirme fonksiyonu. Özellikle pazara yeni bir ürün sürüleceğinde hedef kitlenin dikkatini çekmek ve ürünün özelliklerinin ve yararlarının anlatılmasını içerir.</p> <p>b) Hatırlatma fonksiyonu: Reklam ürün ya da hizmeti hatırlatmalı ve unutturmamalıdır.</p> <p>c) İkna etme fonksiyonu: Rekabetin olduğu pazarlarda rakiplerin önüne geçebilmek ve bizim ürün ya da hizmetimizin satın alınmasını sağlamak için hedef kitleyi ikna etme özelliğidir.</p> <p>d) Ürüne ek değer katmak (marka yaratma) fonksiyonu: Markaya bir kişilik kazandırarak marka değerini artırma ve ürünün hem daha yüksek fiyatla satılmasını sağlama, hem de talebi artırma işlevleri vardır.</p>	

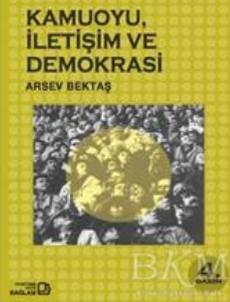
	<p>e) İnsanları ataletten (durağanlıktan) kurtarma fonksiyonu: Yani insanları harekete geçirmek alışverişe sevk etme özelliği vardır (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifade etmesi desteklediğinden Madde isimleri hariç, maddelerin açıklandığı kısımlarda aynı anlama gelecek farklı tanımlamalara da puan verilecektir. Her madde 5 puandır.)</p> <p>5-Hedef izleyici, mesaj stratejisi, medya stratejisi. (Bu soru 15 puandır. Her madde 5 er puandır.)</p>
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Reklamcılık, Gıyasettin Tayfur, Nobel yayınevi/2008 <b>1.2.3.4.5.6.7.8. Bölümler / 1-219 Sayfalar</b></p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, Dr. Müge Elden, Dr. Füsün Kocabaş, İletişim Yayınları,2015.

## HİT120 Kamuoyu ve Etkili İletişim

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş
<b>Oda Numarası</b>	202
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:Ozge.cepni@gop.edu.tr">Ozge.cepni@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	Kamuoyunun doğuşu gelişimi ve önemini öğrenerek kamuoyunu etkilemeye yönelik propaganda ve siyasal iletişim konularında güncel teorik ve pratik bilgiyi kavratmak.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Kamuoyu kavramını tanımlama</b>
	Kamuoyu kavramının ne olduğunu bilir.
	Kamuoyu kavramının özelliklerini bilir.
	Politika bilimi açısından kamuoyunun tanımını yapabilir.
	Diğer sosyal bilimler açısından kamuoyunun tanımını yapabilir.
	<b>Kamuoyunun tarihsel gelişimi</b>
	Kamuoyunun kökeni ile ilgili bilgilere sahip olur.
	Kamuoyunun geçmişte nasıl tanımlandığını bilir.
	Kamuoyunun geçmişte ve günümüzde nasıl algılandığını değerlendirebilir.
	Kamuoyu kavramının geçmişten günümüze nasıl bir değişim ve dönüşüm geçirdiğini bilir.
	<b>Kamuoyunun unsurları</b>
	Kamuoyunun unsurlarını bilir.
	Kapsam unsurunu açıklayabilir.
	Kamu unsurunu bilir.
	Oy unsurunu bilir.
	Süreç unsurunu bilir.
	<b>Kamuoyu ile ilgili teorik yaklaşımlar</b>
	Kamuoyuyla ilgili teorik yaklaşımların neler olduğunu bilir.
	Klasik teoriyi açıklayabilir.
	Klasik teorisinin dayandığı temel ilkeleri sıralayabilir.
	Modern teoriyi açıklayabilir.
	Etkili çoğunluk teorisini açıklayabilir.
	Kuvvet teorisinin ne olduğunu bilir.
	<b>Genel olarak kamuoyunun oluşması 1</b>
	Genel olarak kanaat oluşumu ile ilgili genel bilgilere sahip olur.
	Kamuoyunun oluşmasında etkili olan psikolojik faktörleri bilir.
	Tutum nedir açıklayabilir.
	Tutumların oluşmasında gerekli olan koşulları bilir.
	Kanaat nedir bilir.
	Kanaat ve tutumları karşılaştırabilir.
<b>Genel olarak kamuoyunun oluşması 2</b>	
Kamuoyunun oluşmasında etkili olan kurumları bilir.	
Kamuoyunun oluşmasında etkili olan kurumlardan grupları bilir.	
Kamuoyunun oluşmasında etkili olan gruplardan aile ve eğitimi açıklayabilir.	
İkincil grupları bilir.	
Baskı gruplarını bilir.	
Baskı gruplarının görevlerini bilir.	
Baskı gruplarına örnek verebilir.	
Kanaat önderlerini bilir.	
Kanaat önderlerinin başlıca özelliğini bilir.	

Kanaat önderlerinin etkili olmasının başlıca nedenini bilir.
Kültürel yapı nedir bilir.
Kültürel yapının kamuoyunun oluşmasındaki etkisini açıklayabilir.
Hukuki ve siyasal ortamın kamuoyunun oluşmasındaki etkisini açıklayabilir.
<b>Kamuoyunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının rolü</b>
Kitle iletişim araçlarının neler olduğunu bilir.
Medya kavramını açıklayabilir.
Kitle iletişim araçlarının kitle kültürü oluşturmadaki etkisini bilir.
Gündem belirleme kuramını açıklayabilir.
Suskunluk sarmalı kuramını açıklayabilir.
<b>Propaganda kavramı ve tarihçesi 1</b>
Propaganda kavramını açıklayabilir.
Propaganda kavramının tarihçesini bilir.
Propagandanın amacını ve oluşum sürecini bilir.
<b>Propaganda kavramı ve tarihçesi 2</b>
Propagandanın kaçaya ayrıldığını bilir.
Maksatlı propagandayı açıklayabilir.
Maksatsız propagandayı açıklayabilir.
Propagandanın kaynağının ne olduğunu bilir.
Reklam kavramını açıklayabilir.
Reklam ve propaganda kavramlarını birbirlerinden ayırabilir.
Politik ülkücülük (ideoloji) kavramını açıklayabilir.
<b>Propaganda ve eğitim</b>
Eğitimin ne olduğunu bilir.
Propaganda ve eğitimin ayrıştığı noktaları sıralayabilir.
Eğitimin amacını bilir.
<b>Propagandanın tekniği, stratejisi ve taktikleri</b>
Propaganda tekniğinin ve stratejisinin ne olduğunu bilir.
Propaganda taktiklerini sıralayabilir.
Ad takma taktiğini açıklayabilir.
Gösterişli genelleme taktiğini açıklayabilir.
Transfer taktiğini açıklayabilir.
Tanıklık taktiğini açıklayabilir.
Halktan biri taktiğini açıklayabilir.
Kâğıt derme taktiğini bilir.
Herkes yapıyor taktiğini açıklayabilir.
<b>Propagandayı kimler yapar? – Propagandanın etkinliği</b>
Propagandayı kimler yapar sorusuna cevap verebilir.
Çıkar gruplarının kimler olduğunu bilir.
Siyasi partilerin propaganda oluşturmadaki etkisini bilir.
Bireysel propaganda nedir bilir.
Bir propagandanın neler içermek zorunda olduğunu bilir.
Propagandanın oluşumunu etkilemek için gerekli kuralları sıralayabilir.
Yalınlık ve tek düşman kuralını bilir.
Büyütme ve bozma kuralını açıklayabilir.
Tekrar kuralını bilir.
Aşılama kuralını bilir.
Birlik ve buluşma kuralını açıklayabilir.
<b>Propaganda kaynağının nitelikleri – Propagandanın sınırları</b>
Propaganda kaynağının niteliklerinin neler olduğunu sıralayabilir.
İnanılabilirlik nedir açıklayabilir.
Propagandacı açısından saygınlık nedir açıklayabilir.
Propagandacı açısından sevilme nedir açıklayabilir.
Propagandanın sınırları nedir sorusunu açıklayabilir.
Propagandanın görüşünü bir başka görüşle çürütmek cümlesini açıklayabilir.
Propagandacıyı reddetmek cümlesini açıklayabilir.

	Propagandanın görüşünü kabul etmemek cümlesini açıklayabilir.		
	Propagandada verilen bilgiyi esas amacından saptırarak bozmak, yozlaştırmak cümlesini açıklayabilir.		
	Mantığa bürünmek ve diğer savunma mekanizmalarına başvurmayı açıklayabilir.		
	<b>Genel değerlendirme ve tekrar</b>		
	Ders kapsamında işlediğimiz konuları açıklayabilir.		
	Ders kapsamında işlenen konularla ilgili örnekler verebilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği	
1	12-16.02.2024	Kamuoyu kavramını tanımlama	PY1-PY2
2	19-23.02.2024	Kamuoyunun tarihsel gelişimi	PY1-PY2
3	26-01.02-03.2024	Kamuoyunun unsurları	PY2
4	04-08.03.2024	Kamuoyu ile ilgili teorik yaklaşımlar	PY2
5	11-15.03.2024	Genel olarak kamuoyunun oluşması 1	PY2- PY4
6	18-22.03.2024	Genel olarak kamuoyunun oluşması 2	PY2-PY4
7	25-29.03.2024	Kamuoyunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının rolü	PY2-PY4- PY6-PY12
8	01-05.04.2024	Propaganda kavramı ve tarihçesi 1	PY1-PY2
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Propaganda kavramı ve tarihçesi 2	PY2-PY6
10	29-04.03-05.2024	Propaganda ve eğitim	PY2-PY6
11	06-10.05.2024	Propagandanın tekniği, stratejisi ve taktikleri	PY2
12	13-17.05.2024	Propagandayı kimler yapar? – Propagandanın etkinliği	PY2-PY6
13	20-24.05.2024	Propaganda kaynağının nitelikleri-propagandanın sınırları	PY2-PY6-PY10
14	27-31.05.2024	Genel değerlendirme ve tekrar	PY2-PY6
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	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.		
<b>Örnek Sorular</b>	1)“İnsanlar toplumun çoğunluğu tarafından dışlanmak korkusu ile fikirlerini açığa vurmaktan çekinirler”, ifadesi aşağıdakilerden hangisini içerir? a) Günden belirleme kuramı b) Suskunluk sarmalı c) Benlik kuramı d) Kişilik gelişim kuramı		
<b>Cevap Anahtarı</b>	2) (D)-(Y) Propaganda bir bakıma ticari reklamcılığın siyasete uygulanmasıdır. 3) Kamuoyu kavramı nedir? Açıklayınız. Kamuoyunun 3 temel özelliğini yazınız.		
	1) b 2) d 3) Bir ülkede yaşayanların tümü, özele karşıt olarak, topluma açık ve aleni olan her şey, herkesi ilgilendiren vs. olarak ifade edilebilir. <b>ÖZELLİKLERİ:</b> Açıklık prensibi, Dayanışmayı gerektirir, Kararları kapsar		

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		<p>1.Kaynak: KAMUOYU KURAMLARI VE KAMUOYU OLUŞUMUNDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI* Handan TEMİZEL,** Makalesi 2. KAYNAK: 143-187 SAYFALAR ARASI)</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		<p>İrfan ERTEKİN, Örgütsel İletişim, Gece Kitaplığı, 2017.</p>

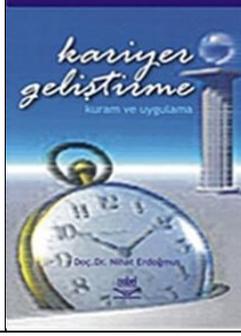
## HİT 122 Kariyer Planlama

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	119
<b>Dersin Amacı</b>	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.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<p><b>Kariyer kavramı ve kariyer geliştirme</b></p> <p>Kariyer kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer geliştirme kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer geliştirmenin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer yönetimini kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer yönetiminin amaçlarını kavrar.</p> <p>Kariyer planlama kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer planlamanın aşamalarını kavrar.</p> <p><b>Kariyere ilişkin çeşitli kavramlar ve kariyer merkezleri</b></p> <p>Kariyere platosu kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer patikası kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer çapası kavramını tanımlar.</p> <p>Kariyer merkezlerinin misyon ve vizyonunu bilir.</p> <p>Kariyer merkezlerinin temel değerlerini bilir.</p> <p>Kariyer merkezleri tarafından verilen hizmetleri bilir.</p> <p><b>Kişisel yetkinlikler</b></p> <p>Kişisel yetkinliklerin kariyer sürecindeki önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde bilginin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde becerinin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde kişiliğin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde zekânın önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde yeteneğin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde ilgi ve tutumun önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde hedef belirlemenin önemini kavrar.</p> <p>Kariyer sürecinde yetkinliğin önemini kavrar.</p> <p><b>Ulusal - uluslararası değişim programları ve destekler</b></p> <p>Erasmus + değişim programını tanıır.</p> <p>Erasmus + değişim programına başvuru şartlarını bilir.</p> <p>Farabi değişim programını tanıır.</p> <p>Farabi değişim programı başvuru şartlarını bilir.</p> <p>Mevlâna değişim programını tanıır.</p> <p>Mevlâna değişim programına başvuru şartlarını bilir.</p> <p>İkili iş birliği anlaşmaları ile yararlanılabilecek değişim programlarını bilir.</p> <p>TÜBİTAK, Millî Eğitim Bakanlığı ve YÖK tarafından verilen destek programlarını tanıır.</p> <p><b>İletişim</b></p> <p>Temel iletişim becerilerine sahip olmanın önemini kavrar.</p> <p>İletişim türlerini bilir ve iletişim kurallarını anlar.</p> <p>İletişim kurulmasında ses, nefes ve tonlama gibi unsurların önemini bilir.</p>

Sosyal medya kullanımının avantajlarını bilir.
Sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken hususları kavrar.
Etkili iletişim tekniklerini kavrar.
İletişimde beden dilinin önemini bilir.
Dil öğreniminin önemini kavrar.
Ağ oluşturmanın (Networking) önemini kavrar.
Özgüven duygusunun iletişimdeki önemini kavrar.
Espri anlayışının iletişimdeki önemini kavrar.
<b>Hassas beceriler (soft-skills)</b>
Etkili sunum tekniklerini bilir.
Zaman yönetiminin önemini kavrar.
Stres yönetiminin iş hayatındaki önemini kavrar.
Problem çözme becerilerini geliştirir.
İş hayatında sorumluluk almanın önemini ve kariyer geliştirme sürecindeki 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 sürecindeki önemini kavrar.
<b>Sektör günleri (sivil toplum kuruluşları)</b>
Sivil toplum kuruluşlarının görev ve sorumluluklarını kavrar.
Sivil toplum kuruluşlarının toplumdaki yeri ve önemini kavrar.
Sosyal sorumluluk projelerinde alınan görevlerin kariyer patikasındaki önemini kavrar.
<b>Sınavlar</b>
Kariyer geliştirme sürecinde hedeflerine ulaşabilmesi için hangi merkezi ve kurumsal sınavları başarması gerektiğini bilir.
KPSS'ın türlerini, mahiyetini ve önemini kavrar.
Önlisans öğrencileri DGS'ın mahiyetini ve önemini kavrar.
ALES'ın mahiyetini ve önemini kavrar.
Yabancı dil sınavlarının mahiyetini ve önemini kavrar.
Tıp fakültesi öğrencileri TUS'ın mahiyetini ve önemini kavrar.
Diş hekimliği fakültesi öğrencileri DUS'ın mahiyetini ve önemini kavrar.
<b>Sektör günleri (kamu sektörü)</b>
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.
<b>Özgeçmiş - kapak yazısı hazırlama ve mülakatlar</b>
Özgeçmiş yazmanın önemini ve amacını kavrar.
Etkili bir özgeçmişin özelliklerini bilir.
Etkili bir özgeçmişin hangi bölümlerden oluşması gerektiğini bilir.
Özgeçmişte yer alan bölümleri doldururken dikkat edilmesi gereken hususları bilir.
Kapak yazısı hazırlamanın önemini ve amacını kavrar.
Etkili bir kapak yazısı hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken hususları bilir.
Mülakat kavramını bilir ve önemini kavrar.
Mülakat türlerini tanıyarak, sürece hazırlıklı olur.
Mülakatlar öncesi ve mülakat esnasında yapılmaması ve yapılmaması gerekenleri bilir.
<b>Sektör günleri (özel sektör)</b>
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.	
		<b>Sektör günleri (akademi)</b>	
		Akademik hayatı tanıır.	
		Akademik hayattaki kadro ve pozisyonlar hakkında bilgi sahibi olur.	
		Akademide kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.	
		Akademik kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.	
		<b>Sektör günleri (girişimcilik)</b>	
		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.	
		<b>Genel değerlendirme</b>	
		Dersin genel değerlendirmesini yapabilir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	Kariyer kavramı ve kariyer geliştirme	PY2
2	19-23.02.2024	Kariyere ilişkin çeşitli kavramlar ve kariyer merkezleri	PY2
3	26-01.02-03.2024	Kişisel yetkinlikler	PY2
4	04-08.03.2024	Ulusal- uluslararası değişim programları ve destekler	PY2
5	11-15.03.2024	İletişim	PY2-PY4-PY10
6	18-22.03.2024	Hassas beceriler (Soft-Skills)	PY2-PY4-PY10
7	25-29.03.2024	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)	PY2
8	01-05.04.2024	Sınavlar	PY2
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Sektör günleri (kamu sektörü)	P2
10	29-04.03-05.2024	Özgeçmiş- kapak yazısı hazırlama ve mülakatlar	PY2
11	06-10.05.2024	Sektör günleri (özel sektör)	PY2
12	13-17.05.2024	Sektör günleri (akademi)	PY2
13	20-24.05.2024	Sektör günleri (girişimcilik)	PY2
14	27-31.05.2024	Genel değerlendirme	PY2-PY4-PY10
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		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.	
<b>Örnek Sorular</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kariyer patikası kavramını tanımlayarak; kendi kariyer patikanızı <u>oluşturunuz.</u></li> <li>2. İletişim ağı oluşturma çabalarının kariyer açısından önemini <u>tartışınız.</u></li> </ol>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kişinin gelecekteki çalışma sorumlulukları ve atamalarını karşılamak için kişisel eğitim ve gelişim deneyimleri tasarlama sürecidir. V.H.K.İ. -&gt; Şef -&gt; Şube Müdürü -&gt; Daire Başkanı -&gt; Genel Sekreter</li> <li>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.</li> </ol>	
<b>Kaynak Kitap/lar</b>		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.

## HİT 124 İletişim Tarihi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
E-posta	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
Ders Zamani	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
Derslik	120
Dersin Amacı	İletişimin amacı, tarihi ve önemi hakkında bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<b>İletişim tarihinin kapsamı</b>
	Toplumsal değişim ve gelişimin genel bir tarihini anlayabilecektir.
	Antik çağlardan günümüze iletişim olgusu ve araçlarının gelişimini kavrayabilecektir.
	İletişim tarihinin dönemlerinin neler olduğunun farkına varabilecektir.
	<b>Sözlü kültür ve toplumsal yapılar</b>
	Sözlü kültür kavramını açıklayabilecektir.
	Sözlü kültürün özelliklerini ve araçlarını sıralayabilecektir.
	Dünyada ve Türklerde sözlü kültürü ifade edebilecektir.
	<b>Yazının icadı ve sosyolojik gelişimi</b>
	Yazı ve yazı sistemlerini tanımlayabilecektir.
	Sümerler, Mısırlılar, Mayalar gibi eski uygarlıkların yazıyı nasıl geliştirdiklerini öğrenebilecektir.
	Yazının insan ve toplum hayatına etkisi üzerine fikir sahibi olabilecektir.
	<b>Kitap kültürü ve toplumsal dönüşümler</b>
	Yazı ve yazı yazılan materyalleri tanıyabilecektir.
	Medya aracı olarak kitabın rolünü ortaya koyabilecektir.
	Kitabın toplumsal ve kültürel pratiklerini ifade edebilecektir.
	<b>Matbaa devrimi ve gazetelerin doğuşu</b>
	Matbaa devriminden sonra dünyadaki gelişmeleri öğrenebilecektir.
	Gazeteciliğin ortaya çıkış koşullarını anlayabilecektir.
	Habercilik araçları hakkında bilgi sahibi olacaktır.
	<b>Ağ kültürü ve endüstriyel devrim: demiryolları, telgraf, telefon</b>
	Endüstri devriminin sebep ve sonuçlarını öğrenebilecektir.
	Demiryollarının sanayileşmeye ve toplumsal yaşama etkilerini açıklayabilecektir.
	Haberleşme araçlarının insan ve toplum hayatına etkisi üzerine fikir sahibi olacaktır.
	<b>Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi</b>
	Fotoğraf ve sinemanın icadına götüren tarihsel süreci bilecektir.
	Fotoğraf ve sinemanın gelişim sürecini öğrenebilecektir.
	Sinemanın ekonomi politik ve kültürel açılarından önemini kavrayabilecektir.
<b>Radyonun tarihi ve toplumsal yansımaları</b>	
Radyonun dünyadaki gelişimi hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	
Türkiye'de radyo yayıncılığının gelişim aşamalarını ayrıştırabilecektir.	
Radyonun toplumsal yansımaları hakkında fikir sahibi olabilecektir.	
<b>Elektronik yayıncılık: televizyon kültürü ve sosyolojisi</b>	
Televizyonun dünyadaki gelişimi hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	
Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişim aşamalarını ayrıştırabilecektir.	
Televizyonun toplumsal işlevleri hakkında fikir sahibi olabilecektir.	
<b>Medya ve kitle toplumu</b>	
Kitle kavramını tanımlayabilecektir.	

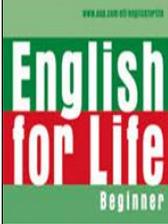
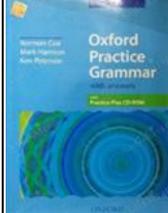
		Kitle toplumunun nasıl oluştuğunu ve medya ile ilişkisini öğrenebilecektir.	
		Kitle kültürünü ve medyada kültürün nasıl oluşturulduğunu anlayabilecektir.	
		<b>Uydu yayıncılığı ve küresel kültür</b>	
		Uydu teknolojisinin iletişim tarihi içindeki önemini kavrayabilecektir.	
		Uydu yayıncılığının küresel kültürün oluşumundaki etkisini anlayabilecektir.	
		<b>Neo-liberal dönüşüm ve medya</b>	
		Neo-liberal ekonomi politikalarının temel kavramlarını sayabilecektir.	
		Neo-liberalizm tarihsel gelişimini anlayabilecektir.	
		Neo-liberalizmin medya alanında neden olduğu dönüşümleri kavrayabilecektir.	
		<b>Enformasyon toplumu tartışmaları</b>	
		Enformasyon toplumu ve ilgili kavramları tanımlayabilecektir.	
		Enformasyon toplumunda ekonomik, teknolojik gelişmeler ve toplum yapısı hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	
		Enformasyon toplumu içinde ortaya çıkabilecek psikolojik, hukuksal ve gözetim sorunlarının neler olduğunu öğrenebilecektir.	
		<b>Yeni iletişim teknolojileri ve toplum</b>	
		Yeni iletişim teknolojilerini tanıyabilecektir.	
		Bu teknolojilerin tarihsel süreçteki gelişimlerini öğrenebilecektir.	
		İletişim teknolojilerinin toplumsal etkilerini kavrayabilecektir.	
		Teknolojinin geleceğine dair öngörü sahibi olabilecektir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	İletişim tarihinin kapsamı	PY2
2	19-23.02.2024	Sözlü kültür ve toplumsal yapılar	PY2
3	26-01.02-03.2024	Yazının icadı ve sosyolojik gelişimi	PY2
4	04-08.03.2024	Kitap kültürü ve toplumsal dönüşümler	PY2
5	11-15.03.2024	Matbaa devrimi ve gazetelerin doğuşu	PY2
6	18-22.03.2024	Ağ kültürü ve endüstriyel devrim: demiryolları, telgraf, telefon	PY2
7	25-29.03.2024	Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi	PY2
8	01-05.04.2024	Radyonun tarihi ve toplumsal yansımaları	PY2
	<b>11-19 Kasım 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Elektronik yayıncılık: televizyon kültürü ve sosyolojisi	PY2
10	29-04.03-05.2024	Medya ve kitle toplumu	PY2-PY4
11	06-10.05.2024	Uydu yayıncılığı ve küresel kültür	PY2
12	13-17.05.2024	Neo-liberal dönüşüm ve medya	PY2
13	20-24.05.2024	Enformasyon toplumu tartışmaları	PY2
14	27-31.05.2024	Yeni iletişim teknolojileri ve toplum	PY2
	<b>03-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli ve/veya klasik soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>Antik çağlardan günümüze iletişim olgusu ve araçlarını <u>açıklayınız.</u></li> <li>Sözlü kültürün özellikleri nelerdir maddeler halinde <u>sıralayınız.</u></li> <li><b>Kâğıt hangi uygarlık tarafından <u>icat edilmiştir?</u></b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mısır</li> <li>Çin</li> <li>Sümer</li> <li>Uygur</li> <li>Roma</li> </ol> </li> </ol>	

	<p><b>4. Parşömen kelimesinin kökeni aşağıdakilerden hangisidir?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bergama kentinin isminden türetilmiştir.</li> <li>Üretildiği maddenin adıdır.</li> <li>Derisinin kullanıldığı hayvanın adıdır.</li> <li>İcat eden kişinin adıdır.</li> <li>İlk kullanan devletin adıdır.</li> </ol> <p><b>5. Osmanlı'da ilk matbaa, 'ekalliyet' olarak bilinen azınlıklar tarafından 1493 yılında İstanbul'da açılmıştır. Bu ilk matbaa Osmanlı tebaası arasında yer alan aşağıdaki azınlıklardan hangisi tarafından kurulmuştur?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ermeniler</li> <li>Rumlar</li> <li>Araplar</li> <li>Yahudiler</li> <li>Bulgarlar</li> </ol>
<p><b>Cevap Anahtarı</b></p>	<p><b>1.</b> İlkel topluluklarda kişilerarası boyutta ilk iletişim ve haberleşme aracı olarak işaretlemeyi kullanan insanlık, yüksek tepeler üzerinde ateş yakarak uzaklardan görülecek şekilde duman bulutları oluşturmaya çabalamıştır. Yerleşik yaşamda yazının icadı yazılı iletişim aracı olarak önce tabletin, sonra papirüs ve parşömenin kullanılmasına neden olmuştur.</p> <p>Girişimci bir orta sınıfın oluşmaya başladığı 15. yüzyılda Gutenberg matbaası ile karşılaşmıştır. Matbaayla birlikte el yazması kitapların yerini "sessiz öğretmen" olarak ifade edilen ilk kitle iletişim aracı olarak basılı kitap almış ve halk kütüphaneleri yanında özel kütüphaneler de yaygınlaşmaya başlamıştır. Kurumsal ve örgütsel bir yapı olarak basım sektörünün geliştiği 16. ve 17. yüzyıllarda basılı diğer ürünler yani ilk modern gazeteler ve dergiler ile karşılaşmıştır. Basım sektöründe bunlar yaşanırken Sanayi Devriminin etkisiyle 19. yüzyıl sonlarına doğru iletişimi ulaşımına bağımlı olmaktan kurtaran ve daha da hızlanmasını sağlayan bir gelişme yaşanmış ve elektronik telgraf icat edilmiştir. İletişim tarihi açısından önemli bir kırılma olarak kabul gören bu gelişme, diğer elektronik kitle iletişim araçlarının da icadına zemin ve kolaylık oluşturmuştur.</p> <p><b>2.</b> Sözlü kültür toplumlarında, kültür ve iletişim dünyası kimi karakteristik özelliklere bağlı olarak cereyan etmiştir. Baldini'ye göre sözlü kültürün temel özellikleri şunlardır:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>En önemli duyu organı kulaktır.</li> <li>Sözlü iletişim tümce yapısını üstün tutmaktadır.</li> <li>Sözlü iletişim aşırıya kaçır.</li> <li>Sözlü iletişim yarışma biçimini tercih eder.</li> <li>Sözlü kültür tutucu ve gelenekseldir.</li> <li>Sözlü kültür taşkın ve katılımlıdır.</li> <li>Sözlü kültür omeostatik bir özellik gösterir.</li> <li>Sözlü kültür insanı soyut ve çözümsel olmaktan çok konumsal biçimde düşünür.</li> </ol> <p><b>3-b, 4-a, 5-d.</b></p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	<p></p> <p>İletişim Tarihi ve Sosyolojisi, Fatih Değirmenci (Ed.), Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (2020)  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1. ve 14. bölümler arası</p>

<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Crowley, David ve Heyer, Paul (2011). İletişim Tarihi - Teknoloji, Kültür, Toplum, Ankara: Siyasal Kitabevi. Jean-Noel Jeanneney (1998). Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi, çev. Esra Atuk, İstanbul: YKY.
--	--

## İNG102 İngilizce II

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Burcak Türk		
<b>Oda Numarası</b>	UZEM		
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.		
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:burcak.turk@gop.edu.tr">burcak.turk@gop.edu.tr</a>		
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.		
<b>Derslik</b>	UZEM		
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.		
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>There is / there are</b>		
	Evin bölümleri ve eşyaların İngilizce karşılıklarını bilir.		
	There is / are kullanılarak örnek cümle yazar.		
	<b>This/that/these ve those</b>		
	This/that/these ve those yapılarını öğrenir.		
	Bu yapıların nesnelere konumuna göre ifade edildiğini keşfeder.		
	Bu yapıları cümle içinde kullanır.		
	<b>Can ve can't modal verb 1</b>		
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir.		
	Kalıbı soru cümlelerinde kullanabilir.		
	Konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir.		
	<b>Can ve can't modal verb 2</b>		
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.		
	<b>Can ve can't modal verb 3</b>		
	Can ve geniş zaman kullanımlı cümle kurabilir.		
	<b>Writing çalışması 1</b>		
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.		
	Kendilerini ifade eden metin oluştururlar.		
	<b>Reading çalışması 1</b>		
	Öğrendikleri konuları içeren metinleri okuyup cevaplandırabilir.		
	<b>Was/were, the simple past tense</b>		
	Was/were ile basit cümleler kurabilir.		
	<b>The simple past tense</b>		
	Dili geçmiş zamanda (the simple past tense) olumlu cümle kurar.		
	Yapıyı olumsuz cümle kalıbında deneyimler.		
	Soru formlarında cümle kuruluşlarını bilir.		
	<b>Düzenli/düzensiz fiiller</b>		
	Öğrendiği fiillerle geçmiş zamanda cümle kurar.		
<b>Reading çalışması 2</b>			
Simple past tense kullanılan metni okuyup sorularını cevaplandırır.			
<b>Simple past tense time expressions</b>			
Bu zaman ile kullanılan zaman zarflarını edinir.			
<b>Writing çalışması 2 / simple present tense and simple past tense</b>			
Geçmiş zaman kullanarak geçirdiği son tatili anlatan metin yazabilir.			
Geniş zaman ve geçmiş zamanı karşılaştıran soruları cevaplayabilir.			
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>	
1	12-16.02.2024	There is / there are	PY1
2	19-23.02.2024	This/that/these ve those	PY1
3	26-01.02-03.2024	Can ve can't modal verb 1	PY1
4	04-08.03.2024	Can ve can't modal verb 2	PY1
5	11-15.03.2024	Can ve can't modal verb 3	PY1

6	18-22.03.2024	Writing çalışması 1	PY1
7	25-29.03.2024	Reading çalışması 1	PY1
8	01-05.04.2024	Was/were, the simple past tense	PY1
	<b>11-19 Kasım 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	The simple past tense	PY1
10	29-04.03-05.2024	Düzenli/düzensiz fiiller	PY1
11	06-10.05.2024	Reading çalışması 2	PY1
12	13-17.05.2024	Simple past tense time expressions	PY1
13	20-24.05.2024	Writing çalışması 2 / Simple present tense and simple past tense	PY1
14	27-31.05.2024		PY1
	<b>03-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	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.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p>1. Can you _____ a bike? a) riding b) ride c) to ride d) rides</p> <p>2. You can cook meal in the _____. a) livingroom b) bedroom c) bathroom d) kitchen</p> <p>3. _____ an Internet cafe in this town. a) There are b) There is c) There aren't d) There be</p> <p>4. Danny _____ at work yesterday, but he _____ at work today. a) was / is b) wasn't / isn't c) was / isn't d) is / isn't</p> <p>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</p>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-b, 2-d, 3-b, 4-c, 5-b		
<b>Kaynak Kitap/lar</b>		English for Life (Oxford University Press) + Student's Book + Workbook + iTools (Digital Teaching Resources)	
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		Oxford Practice Grammar by Norman Coe, Mark Harrison, Ken Paterson (Oxford University Press) English Grammar in Use by Raymond Murhpy (Cambridge University Press)	

## 2. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

### HİT233 Araştırma Yöntemleri

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi İsmail ALİCİ
Oda Numarası	324
Ofis Saatleri	Salı 13:15-15:00
E-posta	<a href="mailto:ismail.alici@gop.edu.tr">ismail.alici@gop.edu.tr</a>
Ders Zamanı	Salı 13:15 – 15:00
Derslik	120
Dersin Amacı	Öğrencilere temel düzeyde araştırma ve sunum tekniklerini öğretmek. Öğrenciye sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemlerini tanıtmaktır. Bu sosyal bilim düşüncesi ve ampirik araştırma arasında bağlantıları ihmal etmeden gerçekleştirilmeye çalışılacaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<b>Giriş: araştırma yöntemleri dersi hakkında bilgi</b>
	Araştırmanın tanımını açıklayabilir.
	Araştırma neden yapıldığını bilir.
	Araştırma ilgili bazı kavramları bilir.
	<b>Bilimsel bilgi ve diğer türleri</b>
	Bilgi, Bilim vb. kavramları açıklayabilir.
	Araştırma amaçlarını bilir.
	Araştırma türlerini bilir.
	<b>Araştırmaların planlanması</b>
	Planlanma aşamalarını öğrenir.
	Planlama yaparken dikkat edilecek hususları öğrenir.
	Planlama süreçlerini öğrenir.
	<b>Araştırma planlaması - örneklemeler</b>
	Araştırma becerilerini geliştirir.
	Araştırmaya bakış açısını geliştirir.
	Araştırmaları yorumlamayı sağlar.
	<b>Araştırma yöntemleri 1</b>
	Araştırma yöntemlerinin gerekliliğini öğrenir.
	Deneysel araştırmaları öğrenir.
	Alan araştırmalarını öğrenir.
	<b>Araştırma yöntemleri 2</b>
	Kütüphane araştırmalarını öğrenir.
	İçeriz analizi yöntemini öğrenir.
	Analitik yöntemleri öğrenir.
	<b>Veri çeşitleri ve veri kaynakları</b>
	Veri türlerini öğrenir.
	Veri kaynaklarını öğrenir.
	Veri ölçümünde dikkat edilmesi gerekenleri öğrenir.
	<b>Veri toplama yöntemleri</b>
	Veri toplama yöntemlerini öğrenir.
Verilerin tasnifini öğrenir.	
İçerik analizlerini öğrenir.	
<b>Anket formlarının düzenlenmesi 1</b>	
Anket hazırlamayı öğrenir.	
Soru formlarını öğrenir.	
Soru tiplerini öğrenir.	
<b>Anket formalarının düzenlenmesi 2</b>	
Soru sorma teknikleri öğrenir.	
Anketlerin olumlu yönleri öğrenir.	
Anketlerin olumsuz yönleri öğrenir.	
<b>Örneklemeye bilgisi ve yöntemleri</b>	

	Örneklemenin ne olduğunu öğrenir.		
	Örneklemede yapılan hataları görür.		
	Örnekleme yöntemlerini öğrenir.		
	<b>Verilerin düzenlenmesi ve analizi</b>		
	Verilerin tasnifini öğrenir.		
	Tabloların hazırlanmasını öğrenir.		
	Verilerin gruplandırmasını öğrenir.		
	İstatistik analizleri öğrenir.		
	Sonuçların yorumlanmasını öğrenir.		
	İstatistiksel analiz örnekleri değerlendirebilir.		
	<b>Araştırma raporlarının yazımı</b>		
	Raporların yazılışlarını öğrenir.		
	Kaynakların tasnifini öğrenir.		
	Raporun bölümlerini öğrenir.		
	<b>Genel tekrar</b>		
	Ders kapsamında işlediğimiz konuları açıklayabilir.		
	Ders kapsamında işlenen konularla ilgili örnekler verebilir.		
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	03.10.2023	Araştırma ve temel kavramlar 1	PY1
2	10.10.2023	Araştırma ve temel kavramlar 2	PY1
3	17.10.2023	Araştırmaların planlanması 1	PY1
4	24.10.2023	Araştırmaların planlanması 2	PY1
5	31.10.2023	Araştırmaların planlanması 3	PY1
6	07.11.2023	Veri çeşitleri ve veri kaynakları	PY1
7	14.11.2023	Araştırma yöntemleri 1	PY1
8	21.11.2023	Araştırma yöntemleri 2	PY1
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	05.12.2023	Veri toplama yöntemleri	PY1
10	12.12.2023	Anket formlarının düzenlenmesi	PY1
11	19.12.2023	Verilerin düzenlenmesi ve analizi 1	PY1
12	26.12.2023	Verilerin düzenlenmesi ve analizi 2	PY1
13	02.01.2024	Araştırma raporlarının yazımı	PY1
14	09.01.2024	Genel tekrar	PY1
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve öğrencilerin hazırlayacakları ödevlerin sunumunu yaparak alacakları puanların %60'ı final sınavı olarak değerlendirilecektir. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	1-Profesyonel bilim adamına göre, dünyayı anlama yolu ..... dir. Açıklama, anlama, kestirim ve kontrol aracıdır." İfadesinde boşluk hangisi ile tamamlanmalıdır? a-Bilim b-Felsefe c-Literatür d-Araştırma		
	2- Bir araştırmanın olası sonucuna dair yapılan tahminlerin ifadesine ne ad verilir? a-Deney b-Gözlem c-Hipotez d- Nitel çalışma		
	3- Parçalardan bütüne, özelden genele doğru bir gidiş yöntemi aşağıdakilerden hangisidir? a-Tümevarım b-Tümden gelim c-Gözlem d-Örnekleme		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-) A 2-) C 3-) A		

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Rauf Arıkan Nobel Yayıncılık (2012)
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		

## HİT 243 Reklam Analizi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
Ders Zamanı	Perşembe 13:15 – 15:00
Derslik	120
Dersin Amacı	Öğrencilerin reklam alanında kuramsal bilgiye dayalı analiz yeteneği ve eleştirel bakış açısı kazanmaları amaçlanır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<b>Reklam nasıl tanımlanır 1</b>
	Pazarlama kavramını tanımlar.
	Şirketlerin pazarlama anlayışlarındaki değişimin tarihsel gelişimini açıklar.
	Modern pazarlama anlayışı ve bütünlük pazarlama iletişimini analiz eder.
	<b>Reklam nasıl tanımlanır 2</b>
	Günümüz pazarlama anlayışında değişen müşteriye açıklar.
	Bütünlük pazarlama anlayışında reklamı tanımlar.
	Reklam ve pazarlama iletişimi ilişkisini açıklar.
	<b>Reklam nasıl tanımlanır 3</b>
	Reklam anlayışında yaşanan değişimi tarihsel olarak açıklar.
	Reklam türlerini bilir.
	Reklam ortamlarını bilir.
	<b>Reklam hedefe nasıl aktarılır 1</b>
	Bir reklam mecrası olarak radyoyu bilir.
	Radyonun ortam olarak avantaj ve dezavantajlarını bilir.
	Radyo reklamlarının türlerini açıklar.
	Radyo reklamları anlatım formatını açıklar.
	<b>Reklam hedefe nasıl aktarılır 2</b>
	Bir reklam mecrası olarak televizyonu bilir.
	Televizyon reklamlarının türlerini açıklar.
	Televizyon reklamlarında kullanılan yaklaşımları bilir.
	Televizyon reklamlarında kullanılan anlatım formatlarını açıklar.
	<b>Reklam hedefe nasıl aktarılır 3</b>
	Bir reklam ortamı olarak gazetenin avantaj ve dezavantajlarını bilir.
	Bir reklam ortamı olarak derginin avantaj ve dezavantajlarını bilir.
	Bir reklam ortamı olarak doğrudan postalamanın avantaj ve dezavantajlarını bilir.
	Açık hava reklam ortamlarını açıklar.
	Açık hava reklam ortamının avantaj ve dezavantajlarını bilir.
	Açık hava reklam ortam türlerini bilir.
	<b>Reklam hedefe nasıl aktarılır 4</b>
Transit reklam ortamlarını bilir.	
Transit reklam ortamının avantaj ve dezavantajlarını bilir.	
Transit reklam ortam türlerini bilir.	
İnternet reklamlarının avantaj ve dezavantajlarını açıklar.	
İnternet reklam türlerini bilir.	
Satış yeri reklam malzemelerini bilir.	
Bir reklam ortamı olarak sinemanın avantaj ve dezavantajlarını bilir.	
Sinemada ürün yerleştirmenin nasıl yapıldığını açıklar.	
Sponsorluğun avantaj ve dezavantajlarını bilir.	
Sponsorluğun reklam amaçlarını bilir.	
Fuar ve sergilerin avantaj ve dezavantajlarını bilir.	

	Fuarların reklam amaçlarını bilir.		
	<b>Reklam nasıl analiz edilir 1</b>		
	Gösterge bilimsel çözümlemeyi açıklar.		
	Gösterge bilimsel çözümlemedeki kuramcıları bilir.		
	Gösterge bilimsel çözümlemedeki temel kavramları açıklar.		
	Gösterge bilimsel çözümlemenin reklamlarda nasıl ele alındığını bilir.		
	<b>Reklam nasıl analiz edilir 2</b>		
	Psikanalitik çözümlemeyi açıklar.		
	Psikanalitik kurama göre kişilik ve cinselliğin öğelerini bilir.		
	Psikanalitik kurama göre kişiliğin gelişimini açıklar.		
	Psikanalitik çözümlemenin reklamlarda kullanımını bilir.		
	<b>Reklam nasıl analiz edilir 3</b>		
	İdeolojik çözümlemenin temel kavramlarını bilir.		
	İdeolojik yaklaşımın reklama bakışını analiz eder.		
	İdeolojik yaklaşımın reklamlarda nasıl ele alındığını bilir.		
	<b>Reklam nasıl analiz edilir 4</b>		
	Toplumbilimsel çözümlemede temel kavramları açıklar.		
	Toplumbilimsel çözümleme ışığında kitle iletişim araçlarının kullanımını bilir.		
	Toplumbilimsel çözümlemenin reklamlardaki kullanımını bilir.		
	Feminist çözümlemede temel kavramları açıklar.		
	Feminist çözümlemenin reklamlarda nasıl kullanıldığını bilir.		
	<b>Reklam film analizi 1</b>		
	Reklam filmi analizini yapar.		
	Reklam filmi analizinin aşamalarını açıklar.		
	<b>Reklam film analizi 2</b>		
	Reklam filmi analizini yapar.		
	Reklam filmi analizinin aşamalarını açıklar.		
	<b>Reklam film analizi 3</b>		
	Reklam filmi analizini yapar.		
	Reklam filmi analizinin aşamalarını açıklar.		
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>	
1	05.10.2023	Reklam nasıl tanımlanır 1	PY2
2	12.10.2023	Reklam nasıl tanımlanır 2	PY2-PY8
3	19.10.2023	Reklam nasıl tanımlanır 3	PY2
4	26.10.2023	Reklam hedefe nasıl aktarılır 1	PY8
5	02.11.2023	Reklam hedefe nasıl aktarılır 2	PY8
6	09.11.2023	Reklam hedefe nasıl aktarılır 3	PY8
7	16.11.2023	Reklam hedefe nasıl aktarılır 4	PY8
8	23.11.2023	Reklam nasıl analiz edilir 1	PY8-PY9
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	07.12.2023	Reklam nasıl analiz edilir 2	PY8-PY9
10	14.12.2023	Reklam nasıl analiz edilir 3	PY8-PY9
11	21.12.2023	Reklam nasıl analiz edilir 4	PY8-PY9
12	28.12.2023	Reklam film analizi 1	PY3-PY8-PY9
13	04.01.2024	Reklam film analizi 2	PY3-PY8-PY9
14	11.01.2024	Reklam film analizi 3	PY3-PY8-PY9
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<b>1. Reklam kavramını tanımlayınız.</b>		

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Reklam türleri nelerdir başlıklar halinde <u>yazınız.</u></li> <li>3. Televizyon reklamlarında uygulanan format kavramı hakkında bilgi vererek, benzetme format türünü <u>açıklayınız.</u></li> <li>4. Bir reklam ortamı olarak derginin avantajları nelerdir maddeler halinde <u>sıralayınız.</u></li> <li>5. Reklam çözümleme yöntemlerinden biri olan “Toplumbilimsel Çözümleme” yöntemini <u>açıklayınız.</u></li> </ol>
Cevap Anahtarı	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bir mal ya da hizmetin, bedeli kimin tarafından ödendiği belli olacak şekilde, geniş halk kitlelerine kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alınarak tanıtılması çabalarının bütünüdür.</li> <li>2. Reklam türleriyle ilgili çok çeşitli sınıflandırmalar vardır. Ancak en çok karşılaşılan reklam türleri aşağıda sıralanmıştır: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklamı yapanlar açısından reklamlar (üretici reklamı, aracı reklamı, hizmet işletmesi reklamı)</li> <li>• Amaç açısından reklamlar (tüketici reklamı, aracı reklamı)</li> <li>• Hedef pazar açısından reklamlar (tüketici reklamı, aracı reklam)</li> <li>• Taşıdığı mesaj açısından reklamlar (mal reklamı, kurumsal reklam)</li> <li>• Zaman kriterine yönelik reklamlar (hemen satın aldirmaya yönelik reklamlar, uzun dönemde satın aldirmaya yönelik reklamlar)</li> <li>• Coğrafi kriterlere yönelik reklamlar (bölgesel reklamlar, ulusal reklamlar, uluslararası reklamlar, global reklamlar).</li> </ul> </li> <li>3. Televizyon reklamlarında, reklam mesajının temelini oluşturacak olan yaklaşımın ne olduğuna karar verildikten sonra, yaratıcı kişi tüm dikkatini reklamın uygulama kısmına çevirebilir. Karar verilen yaklaşım reklamın içeriğini belirler, uygulama ise bu içeriğin aktarılma biçimidir. Yaklaşımlar ve uygulama formatları birbirinden farklıdır. Başka bir ifade ile belirli bir yaklaşım farklı uygulama yollarıyla anlatılabilir. Televizyon reklamlarında reklam mesajının nasıl aktarılacağı daha doğrusu nasıl uygulanacağı kısmında anlatım formatları önem kazanır. Bir televizyon reklamında tek bir anlatım formatı kullanılabileceği gibi birkaç formatta bir arada kullanılabilir. Televizyon reklamlarında kullanılan format türlerinden biri olan benzetme format türünü açıklayalım. <i>Benzetme reklam formatı:</i> Çoğu reklam temsil ettikleri şeylerden çok daha hatırlanabilir olan birtakım görseller semboller üzerine inşa edilir. Benzetme de sembolizmin yani simgesel anlatımın bir formudur. Mal ya da hizmetin bir özelliği, yerine getirdiği bir fonksiyon, somut bir şeyle benzeştirilir. Benzetme çok karmaşık olmadığı, bilinir ya da anlaşılır olduğu zamanlarda hedef kitle ile iletişim kurabilme ve hatırlanabilirlik açısından başarılı bir tv anlatımıdır. Burn enerji içeceği reklamı, benzetme formatının kullanıldığı bir örnektir. Reklamda, hareketli bir müzik eşliğinde gece vakti kent içinde binadan fişkıran alevler, alevlerin sardığı bir dükkân, arabayla gece kulübüne giden ve arabadan indiklerinde de alevler içinde olan bir çift görüntüleri gösterilir. Ürün sadece, arabadan indiklerinde erkek karakterin elinde gözükür. Reklamdaki tek metin kapanışta yer alır “Parti Devam Ediyor, Burn Energy Drink, Ateşler”. Reklamda, Burn için kişilerin alevler içinde betimlenmesiyle ürünün özelliği ve adı arasında bir bağlantı kurulur.</li> <li>4. Bir reklam ortamı olarak dergilerin taşıdığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir:</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dergilerin en büyük avantajı hedef kitle seçiminde sağladıkları kolaylıktır. Özel ilgi alanlarına yönelik dergiler ve özel yayınlar sayesinde spesifikleşmiş hedef kitlelere ulaştırılabilir.</li> <li>• Alanında referans kaynağı olarak görülen dergilerde çıkan reklamlarda, verilmek istenen mesajın okur tarafından kabul edilme oranı yüksektir.</li> <li>• Basılı reklamlarda uzun metinlerin okunmama problemi bazı dergi reklamları için geçerli değildir. Özellikle bilgilendirici kampanyalarda uzun reklam metinleri, hedef kitlenin dergilerine uzun okuma süresi ayırması nedeniyle okunabilecektir.</li> <li>• Dergilerin arşivlenmesi nedeniyle reklam saklanır ve uzun bir süre boyunca hedef kitlesine ulaşır.</li> <li>• Kaliteli kâğıt kullanımı ve baskı kalitesinin yüksekliği nedeniyle her türlü reklam uygulamasından güzel sonuçlar elde edilir. Bu da reklama dikkat çekilmesini artıracaktır.</li> <li>• Dergiler taşınabilmesi ve her yerde (banka, bekleme salonları, kuaförler vb.) bulunabilmesi nedeniyle sadece satın alan kişi tarafından değil, ikinci hedef kitle diyebileceğimiz kişiler tarafından da okunur.</li> </ul> <p>5. Toplumbilimsel çözümlemede reklamın sosyolojik olarak değerlendirilmesi, reklam mesajlarının sosyolojik boyutta okunması gerçekleştirilir. Reklam, yayınlandığı dönem içinde toplumsal rollerin aktarımı, değerler, cinsiyet rolleri, statü göstergeleri açısından ele alınmakta ve bu açıdan aktarılan öğeler analiz edilmeye çalışılmaktadır. Bir reklamın analizinde toplumbilimsel çözümleme kullanımı yapıldığında reklam ve reklamda aktarılan mesaj, toplumun değer yargılarını, ideallerini, rol kalıplarını, normları aktaran bir kültür ürünü olarak yansıtılmaktadır. Bahsedilen temel kavramlardan bazıları reklamlarda özellikle hazırlanmakta ve hedef kitlede belirli bir toplumsal yapı oluşturmak için kullanılabilir. Genellikle toplumda yer alan temel ve geçerli değer yargılarının aktarımı dışında yeni ve farklı kavramların sunulmasında da kullanılabilirler.</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Müge ELDEN, Özkan ULUKÖK ve Sinem YEYGEL, Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları (2015)  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 4. bölümler arası</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Müge ELDEN, Reklam ve Reklamcılık, Say Yayınları (2016)  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 9. bölümler arası</p>

## HİT 245 Reklamcılık Uygulamaları

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Salı 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Cuma 09:15-12:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Reklam uygulamalarındaki senaryo bileşenlerini öğrenmesini, işitsel ve görsel-işitsel mecralar için yaratıcı senaryolar yazmalarını ve yazdıkları senaryoların uygulanmasındaki yöntemlerin kavranmasını sağlamaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Etkili iletişim ve yazma süreci</b>
	Yazının ve zamanın anlamı hakkında daha geniş bilgi sahibi olabilecektir.
	Etkili yazmanın temel unsurlarını ve aşamalarını kavrayabilecektir
	Etkili yazma ile ilgili bazı temel kavramları hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	<b>Reklam ve yaratıcı stratejiler</b>
	Reklamın ne olduğunu ve özelliklerini bilebilecektir.
	Reklamların farklı özellikler dikkate alınarak nasıl gruplandırıldığını ve reklam türlerini öğrenebilecektir.
	Reklam stratejisinin reklam için neden önemli olduğunu, reklamda yaratıcılığın ne anlama geldiğini kavrayabilecektir.
	<b>Reklamcılıkta hedef kitle</b>
	Reklamalarda kimin hedef alındığını ve hedef kitlenin özelliklerini öğrenebilecektir.
	Sosyo-demografik faktörler ve reklam ilişkisini kavrayabilecektir.
	Kültürel faktörlerin reklamda neden önemli olduğu, psikolojik faktörlerin neden dikkate alınması gerektiği ve reklamı nasıl etkilediği konusunda bilgi sahibi olabilecektir.
	<b>Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı I: gazete ve dergiler</b>
	Gazete ve dergilerin reklamcılık açısından avantaj ve dezavantajlarını öğrenebilecektir.
	Gazete ve dergi için reklam metninin hazırlanmasını kavrayabilecektir.
	Gazete ve dergi reklamcılığında dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda bilgi sahibi olabileceksinizdir.
	<b>Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı II: doğrudan postalama ve el ilanı</b>
	El ilanı ve doğrudan postalama reklamlarını kavrayabilecektir.
	Etkili el ilanı ve doğrudan postalama reklamı nasıl hazırlanır bilebilecektir.
	Her iki reklam türünün avantaj ve dezavantajlarını açıklayabilecektir.
Her iki reklam türünün kullanım alanlarını ve kullanım amaçlarını anlayabilecektir.	
<b>Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı III: satış yeri reklamcılığı</b>	
Satış yeri reklamları hakkında genel bilgi sahibi olabilecektir.	
Satış yeri reklamlarının özelliklerini, amaçlarını ve uygulanma nedenlerini anlayabilecektir.	
Satış yeri reklamlarının avantajlarını ve dezavantajlarını öğrenebilecektir.	
Satış yeri reklamlarında kullanılan öğeleri ve malzemeleri bilebilecektir	
Satış yeri reklam metinlerinin yazımında dikkat edilmesi gereken noktaları kavrayabilecektir.	
<b>Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı I: radyo</b>	
Radyo reklamlarının diğer reklam araçlarına (televizyon, gazete, dergi, internet vb.) göre avantaj ve dezavantajlarını öğrenebilecektir.	

	Radyo reklamlarının etkin olabilmesi için nelerin yapılması ve nelerden kaçınılması gerektiğini kavrayabilecektir.		
	Dinlediğiniz bir radyo reklamının iyi ya da kötü bir reklam olduğunu nedenleri ile anlatabilecek, kendi yazacağınız/yapacağınız radyo reklamlarında bu bilgilerinizi kullanabilecektir.		
	<b>Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı II: televizyon</b>		
	Televizyon reklamcılığı hakkında genel bir bilgi edinebilecektir.		
	Televizyon reklamlarının avantajlarını/dezavantajlarını kavrayabilecektir.		
	Televizyon reklam türleri hakkında bilgi sahibi olabilecektir.		
	Televizyon reklamcılığındaki görsel yaratım sürecinin öğelerini anlayabilecektir.		
	Televizyon reklamcılığında dikkat edilmesi gereken hususları değerlendirebilecektir.		
	<b>Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı III: sinema</b>		
	Sinema reklamlarının temel özelliklerini öğrenebilecektir.		
	Sinema reklamcılığına ilişkin uygulamalar hakkında bilgi sahibi olabilecektir.		
	Sinema reklamcılığındaki reklam üretim sürecinin aşamalarını açıklayabilecektir.		
	Sinema reklamcılığının tercih edilme nedenlerini değerlendirebilecektir.		
	<b>Açık hava (outdoor) ve transit reklam ortamlarında metin yazarlığı</b>		
	Açık hava ve transit reklam ortamlarının türlerini, avantaj ve dezavantajlarını öğrenebilecektir.		
	Açık hava ve transit reklam ortamları için metin yazımını kavrayabilecektir.		
	Açık hava ve transit reklam ortamlarında dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda bilgi sahibi olabilecektir.		
	<b>Kurumsal reklamcılık uygulamaları</b>		
	Kurumsal reklamın ne olduğu konusunda bilgiye sahip olabilecektir.		
	Kurumsal reklamın çeşitleri hakkında fikir sahibi olabilecektir.		
	<b>İnternet reklamcılığı</b>		
	İnternet reklamcılığının özelliklerini ve geleneksel reklam uygulamalarından farkını görebilecektir.		
	İnternet üzerinde düzenlenecek bir reklam kampanyasında dikkat edilecek hususları öğrenebilecektir.		
	<b>Küresel reklam metin yazarlığı</b>		
	Uluslararası reklamların özellikleri dikkate alınarak nasıl reklam metni yazılacağını ve globalizmin ne olduğunu öğrenebilecektir.		
	Küresel ölçekte reklam stratejisinin uluslararası reklam için neden önemli olduğunu, uluslararası reklamda yaratıcılığın ne anlama geldiğini kavrayabilecektir.		
	<b>Reklam yazarlığında güncel gelişmeler</b>		
	Reklamcılığın sektörel unsurları hakkında bilgi sahibi olabilecektir.		
	Reklamcılığın etik kodlarını sıralayabilecektir.		
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	06.10.2023	Etkili iletişim ve yazma süreci	PY3
2	13.10.2023	Reklam ve yaratıcı stratejiler	PY3
3	20.10.2023	Reklamcılıkta hedef kitle	PY3-PY9-PY10
4	27.10.2023	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı I: gazete ve dergiler	PY3-PY7
5	03.11.2023	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı II: doğrudan postalama ve el ilanı	PY3-PY8-PY9
6	10.11.2023	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı III: satış yeri reklamcılığı	PY3-PY8-PY9
7	17.11.2023	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı I: radyo	PY8-PY9
8	24.11.2023	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı II: televizyon	PY8-PY9

	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	08.12.2023	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı III: sinema	PY8-PY9
10	15.12.2023	Açık hava (outdoor) ve transit reklam ortamlarında metin yazarlığı	PY11-PY12
11	22.12.2023	Kurumsal reklamcılık uygulamaları	PY3-PY7-PY8-PY9
12	29.12.2023	İnternet reklamcılığı	PY3-PY7-PY8-PY9
13	05.01.2024	Küresel reklam metin yazarlığı	PY3-PY7-PY8-PY9
14	12.01.2024	Reklam yazarlığında güncel gelişmeler	PY3-PY7-PY8-PY9
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Ayrıca ders uygulaması olarak öğrenciler reklam senaryosu yazarak uygulama yapacaklardır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise (yazılı sınav + uygulama %50 + %50) % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reklam kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>2. Reklamın fonksiyonları nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>3. Reklamı yapanlar açısından reklam türleri nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>4. Reklam yazarlığını tanımlayarak <u>açıklayınız.</u></li> <li>5. Reklam yapılan ortamlar arasında yer alan televizyondaki reklam türleri nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> </ol>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bir malın, bir hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelin kimin tarafından ödendiği anlaşılacak biçimde yapılan ve yüz yüze satış dışında kalan tanıtım faaliyetleridir.</li> <li>2. Reklamın bir iletişim biçimi olarak yerine getirmeye çalıştığı bazı temel fonksiyonları söz konusudur. Bunlar: bilgilendirme fonksiyonu, ikna etme fonksiyonu, hatırlatma fonksiyonu, değer katma ve örgütün diğer fonksiyonlarına yardımcı olmak şeklinde sınıflandırılabilir.</li> <li>3. Bilgilendirme fonksiyonu: özellikle yeni bir ürün ya da ürün kategorisinin pazara çıktığı zamanlarda, yeni ürüne hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi, yeni ürünün özelliklerinin, yararlarının dile getirilmesi gibi birincil talebi oluşturma amacıyla başvurulmaktadır. İkna etme fonksiyonu: özellikle ikincil talep yaratma amacıyla rekabetin yoğun yaşandığı ortamlarda, markanın bilinirliğini, tercih edilirliliğini arttırmak, tüketicilerin belli ürün ve markalarla ilgili tutumlarını, algılarını etkilemek ve değiştirmek ve söz konusu mal ya da hizmetleri denemeye ikna etmek amacıyla taşır. Hatırlatma fonksiyonu: ürünün olgunluk dönemine eriştiği ya da mevsimsel talebin söz konusu olduğu ürünler için (dondurma, vantilatör vb. gibi) talebin olmadığı dönemlerde de ürünün ve markanın hatırlanmasını, tüketicinin beyninde canlı tutulmasını, tüketicilerin ürünü düşünür olmalarını sağlamak üzere kullanır. Değer katma fonksiyonu: reklamcılar markalara bir kişilik, özel bir anlam katma çabası içindedirler. Markaların rakiplerine göre daha özellikli, yeni moda, prestijli, belli bir stili olan, güçlü ve üstün görünmesini sağlama çabası reklamın değer katma fonksiyonuna işaret eder. Örgütün diğer amaçlarına yardımcı olma fonksiyonu: reklamın kurumun diğer satış ve tutundurma çabaları içinde yer alan kupon, çekiliş, doğrudan satış gibi fonksiyonlarının amaçlarına yardım etme ve destek verme işlevini üstlenir.</li> </ol>	

	<p>4. Reklamı yapanlar açısından reklamlar üç ana grupta incelenebilir. Bunlar; üretici reklamı, aracı reklamı ve hizmet işletmesi reklamıdır. Üretici reklamı, ürünün üretimini yapan kuruluşun ürünü tanıtmak amacıyla yaptığı reklamlardır ve genel reklam olarak da adlandırılır. Aracı reklamında ise, ürünü bizzat üretmeyip satışını yapan toptancı, perakendeci ve aracı kurumların kendi kurumlarını ve sattıkları ürünlerin neler olduğu hakkında bilgileri verdikleri reklamlardır ve lokal reklamlar kapsamına girer. Hizmet işletmesi reklamı ise, banka, sigorta şirketleri gibi hizmet üreten ve satan şirketlerin yaptıkları reklamlardır.</p> <p>5. Reklam yazarı bugün, reklam metni yazımının yanı sıra, markanın nereye yazılacağı, mecrayla birlikte pazarlama ve satış fikirlerinin neler olması gerektiği gibi sorulara cevap bulan yaratıcı kişidir. Reklam yazarı, hazırlanan reklamdaki fikri bulan ve bu fikri uygulamada en ince detayına kadar çalışan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz reklamcılık çalışmalarında, yaratıcı büyük fikri bulan kişi olması nedeniyle reklam yazarı kavramı da yaratıcı yazar ya da reklam yazarı olarak adlandırılabilir (10 Puan). İyi bir reklam yazarı olarak dikkat edilecek birkaç husus vardır. İlk olarak, iyi bir reklam yazarı çok okumalı ve her şeyden haberdar olmalıdır. Yine kullandığı diller çok iyi hâkim olmalı, mesajı çok kısa, basit ve net bir biçimde hedef kitleye sunabilmeli, hedef kitlede beklenen davranışı gerçekleştirebilmelidir. Tüm bunların yanı sıra insanları çok iyi anlamalı ve iyi bir gözlem yeteneğine de sahip olmalıdır.</p> <p>6. Günümüzde televizyonda dört tür reklam yer almaktadır. a. Hareketsiz Reklamlar: İçinde hareket unsuru bulunmayan, sadece tek bir görüntü üzerine seslendirme yapılarak gerçekleştirilen reklamlardır. Genellikle 10 sn.lik sürelerde olup, net ve kısa ifadelerle vermek istenen mesajın aktarımına yardımcı olurlar. b. Hareketli Reklamlar: Müzik ve söz ya da yalnızca biri eşliğinde çeşitli görüntülerle düzenlenen, içinde dramatik unsurları barındırabilen, sahneler oluşturabilen ve son aşamada kurgu ve miksi gerçekleştirilen reklamlardır. 15, 20, 30, 45, 60 ve 90 sn'ler gibi sürelerde hazırlanabilirler. c. Özel Tanıtıcı Reklamlar: Kültür, sanat, eğitim ve turizm gibi çeşitli alanlarda bilgilendirici, eğitici, eğlendirici yapıda hazırlanan ve reklam mesajlarının programın sadece başında ve sonunda ter aldığı reklamlardır. 10 ile 40 dakika arasında hazırlanabilirler. d. Program Görüntüleri Üzerinde Yer Alan Bant Reklamlar: Bilgisayar teknolojilerinden yararlanarak hazırlanan animasyonlar ve çeşitli görsellerin televizyonda yayınlanmakta olan programlar üzerine bant şeklinde ya da ekranın herhangi bir yerinden ürün ya da markanın logosunun görüntü üzerine yerleştirilmesiyle gerçekleştirilir.</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Ed. Çetin Murat Hazar, Reklam ve Reklam Yazarlığı, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları (2021) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 14. bölümler arası</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Ersel SERDARLI, Reklam Yazmak, Beslenme Saati Kitapları (2008) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 5. bölümler arası</p>

## HİT 247 Marka ve Marka Stratejileri

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Salı 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Pazartesi 13:15 – 16:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Halkla ilişkiler ve pazarlama alanında önemli bir kavram olan “marka”nın ne anlama geldiği ve neden günümüzde bu kadar önemli olduğunun anlaşılmasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin markanın bileşenlerini bilmeleri ve bu doğrultuda bir markanın nasıl yönetildiğini anlamaları ve yorumlayabilmeleri amaçlanmaktadır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<p><b>Marka kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreci</b></p> <p>Marka kavramını tanımlar. Markanın tarihsel gelişimini açıklar. Markalaşma sürecini bilir.</p> <p><b>Marka olmanın önemi</b></p> <p>Türkiye için marka olmanın önemini kavrar. İşletmeler için marka olmanın önemini açıklar. Tüketiciler için marka olmanın önemini açıklar.</p> <p><b>Marka ile ilişkili temel kavramlar 1</b></p> <p>Marka kimliği, marka kişiliği ve marka imajını tanımlar. Marka bilinirliği, marka sadakati ve marka değerini tanımlar.</p> <p><b>Marka ile ilişkili temel kavramlar 2</b></p> <p>Marka farkındalığı, marka denkliği kavramlarını tanımlar. Marka konumlandırmayı açıklar.</p> <p><b>Marka yönetim stratejileri</b></p> <p>Marka yönetimi stratejilerini bilir. Marka yayma stratejilerini bilir. Marka pazarlama stratejilerini bilir.</p> <p><b>Markanın korunması</b></p> <p>Markanın korunması genel çerçevede açıklar. Marka başvurusu ve tescil işlemlerini bilir. Marka tescilinin marka sahibine sağladığı hakları bilir. Markaların korunma süresini bilir. Markanın kullanılması zorunluluğunu bilir. Markanın hükümsüzlüğe düştüğü durumları bilir.</p> <p><b>Kişisel marka ve marka şehir</b></p> <p>Kişisel markayı tanımlar. Kişisel marka olmanın ilkelerini bilir. Marka şehri tanımlar. Marka şehir olmanın gereklerini bilir.</p> <p><b>Marka stratejileri 1</b></p> <p>Marka olmanın kurumsal olmayla başladığını bilir. Marka olmanın kendisi olmayla başladığını bilir. Marka olmanın global olmayla başladığını bilir.</p> <p><b>Marka stratejileri 2</b></p> <p>Marka olmanın sosyal sorumlu olmayla başladığını bilir. Marka olmanın iyi bir hikâyeye sahip olmayla başladığını bilir. Marka olmanın devrim yapmayla başladığını bilir.</p> <p><b>Marka stratejileri 3</b></p> <p>Marka olmanın trend olmayla başladığını bilir. Marka olmanın sponsor olmayla başladığını bilir.</p>

		Marka olmanın dinamik logoya sahip olmayla başladığını bilir.	
		<b>Marka stratejileri 4</b>	
		Marka olmanın en olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın sembol olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın her yerde görünür olmayla başladığını bilir.	
		<b>Marka stratejileri 5</b>	
		Marka olmanın lovemark olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın kaliteli olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın farklı olmayla başladığını bilir.	
		<b>Marka stratejileri 6</b>	
		Marka olmanın inovasyon yapmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın bir maskota sahip olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın internette etkin olmayla başladığını bilir.	
		<b>Marka stratejileri 7</b>	
		Marka olmada maskota sahip olmanın gerekliliğini bilir.	
		Marka olmanın internette etkin olmayla ilişkisini açıklar.	
		Marka olmanın ilk olmayla ilgisini bilir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	02.10.2023	Marka kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreci	PY1-PY2
2	09.10.2023	Marka olmanın önemi	PY1-PY2
3	16.10.2023	Marka ile ilişkili temel kavramlar 1	PY1
4	23.10.2023	Marka ile ilişkili temel kavramlar 2	PY1
5	30.10.2023	Marka yönetim stratejileri	PY1
6	06.11.2023	Markanın korunması	PY12
7	13.11.2023	Kişisel marka ve marka şehir	PY1-PY2
8	20.11.2023	Marka stratejileri 1	PY1-PY2
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	04.12.2023	Marka stratejileri 2	PY1-PY2
10	11.12.2023	Marka stratejileri 3	PY1-PY2
11	18.12.2023	Marka stratejileri 4	PY1-PY2
12	25.12.2023	Marka stratejileri 5	PY1-PY2
13	01.01.2024	Marka stratejileri 6	PY1-PY2
14	08.01.2024	Marka stratejileri 7	PY1-PY2
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marka kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>2. Marka çeşitleri nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>3. Marka tescilinin marka sahibine sağladığı haklar nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>4. Marka yayma stratejilerinden marka genişlemesi nedir <u>açıklayınız.</u></li> <li>5. Tüketiciler için markanın önemi nedir <u>açıklayınız.</u></li> </ol>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bir firma veya grubun mal ve hizmetlerinin belirlenmesini, rakiplerin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayan bir isim, terim, işaret, sembol veya dizayn ya da bunların bileşimidir.</li> <li>2. Markalar çeşitli başlıklar altında sınıflandırılmıştır. a) Ortak marka: Üretim veya ticaret veya hizmet işletmelerinden oluşan, bir grubun mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan işarettir. b) Garanti markası: marka sahibinin kontrolü altında birçok işletme tarafından o işletmelerin ortak özelliklerini,</li> </ol>	

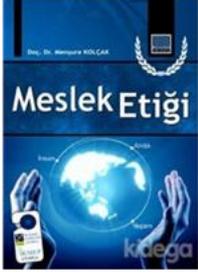
	<p>üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işarettir. c) Ticaret markası: Bir işletmenin imalatını ve/veya ticaretini yaptığı malları, başka işletmelerin mallarından ayırt etmeye yarayan işarettir. d) Hizmet markaları: Bir işletmenin hizmetlerini diğer işletmelerin hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan işarettir. Birden fazla gerçek veya tüzel kişi, birlikte kullanmak istedikleri markayı ticaret markası ve/veya hizmet markası olarak ad veya unvanlarını başvuru formu üzerindeki başvuru formu sahibi bölümüne birlikte yazarak başvuru yapabilirler.</p> <p>3. Markaların tescili zorunlu olmamakla birlikte, tescil marka üzerindeki hakları ispatlayan ve marka ihlalini engelleyen en önemli araçtır. Bu nedenle faaliyette bulunulan bütün ülkelerde marka tescili önemle tavsiye edilmektedir. Markanın tescil olmasından itibaren marka sahibine haklar sağlar (5 Puan). Bunlar; 1.Marka tescili, sahibine, markayı tek başına kullanma hakkı ve izinsiz kullanılmasını önleme yetkisi verir. 2. Markanın tescil kapsamına giren aynı veya hizmetlerle ilgili olarak karıştırma ihtimali olan, tescilli markanın itibarından dolayı haksız avantaj elde edecek veya tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar verecek nitelikteki herhangi bir işaretin izinsiz kullanımını önleme hakkı verir. 3.Tescilli bir marka başkasına devir edilebilir, miras yolu ile intikal edebilir, kullanma hakkı lisans konusu olabilir, rehin verebilir veya teminat gösterebilir. 4.Tescil olmayan markalar, markaların tescili korunması hakkındaki yasalarla getirilen haklardan ve korumadan yararlanamazlar.</p> <p>4. Aynı sektörün birden fazla ürününü aynı marka içine sokmaktadır. Örneğin Volkswagen otomobil markası orta segment tüketicilere otomobil sunmak için kurulmuşken, bugün tüm segmentlerde otomobil üretmektedir. Üstelik tüm bu segmentlerdeki modellerine güçlü isimler (polo, golf, bora ...) vererek, onları da markalaştırmıştır. Elidor'un şampuan niteliği taşımayan bakım kompleksi çıkarması marka genişlemesidir. Beymen, üst gelir gruplarını hedefleyen perakendecilik firmasıdır. Mağazalarında dünyaca ünlü markaları satarken, kendi adı ile de ürün satmaktadır. Beymen bazı kategorilerde uzman mağazacılık da yapar. Bu mağazalarına verdiği isimlerde mutlaka Beymen adını kullanır. Çocuklar için Beymen Kids, yöneticiler için Beymen Club, gençler için Beymen Studio, ev ihtiyaçları için Beymen Home adında mağazaları da vardır.</p> <p>5. Tüketici için marka, yön bulmasına yarayan bir işarettir. Ürünlerin sessiz kalabalığıyla karşı karşıya kalan tüketici, bir bakışta ürünlerin değerini belirleyememekte ve ne yapacağına şaşımamaktadır. Bu noktada markalar ve fiyatlar bu kargaşaya çözüm getirmekte, tüketiciyi yönlendirmektedir. Değişen dünyada, markalar ürünün nadir bulunur kalitesini ve kalıcılığını sembolize etmektedirler. Tüketiciler satın aldıkları ürünü beğenmişler ve kendileriyle özdeşleşmişlerse; o ürünü yani markayı tekrar satın alırlar. Beğenmemişlerse o ürünü ya da markayı satın almaktan kaçınırlar. Bu sebeple günümüze de birçok insan için; Benetton giyinmek, BMW arabaya binmek, Rolex saat takmak bir ayrıcalıktır. Bunların yanı sıra marka; tüketicinin mamulü tanınmasını ve tekrar satın almasını kolaylaştırır. Tüketicinin alış-verişte kolaylık sağlar. Tüketicinin ürüne ilişkin yedek parça ve aksesuar almasını kolaylaştırır. Tüketicinin korunmasına yardımcı olur. Ürünlerin ya da hizmetlerin kalitesini değerlendirmede yardımcı olur.</p>
--	--

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		Mehmet Akif ÇAKIRER, Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri, Ekin Yayınevi (2013) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 2. bölümler arası
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Ferruh UZTUĞ, Markan Kadar Konuş! Marka İletişim Stratejileri, MediaCat. (2003) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 12. bölümler arası	

## HİT 249 Etik

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Perşembe 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Pazartesi 10:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	İşletme örgütlerinin iç ve dış çevresiyle iş ahlakı ve sosyal sorumluluk doğrultusunda ilişkiler geliştirme ve sürdürmenin gereğini kavrama, bunun yol, yöntem ve araçlarını öğrenme.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Etik</b>
	Etik kavramını öğrenir.
	Etikle ilgili temel kavramları öğrenir.
	<b>Etik ve ahlak ilişkisi (ayrımı)</b>
	Ahlak kavramını bilir.
	Ahlak ve etik arasındaki farkı kavrar.
	Ahlaki değerleri öğrenir.
	Ahlak yasasını kabul etmeyen yaklaşımları öğrenir.
	Ahlaki gelişim süreci
	<b>Etik kurallar 1</b>
	Toplumsal yaşamda kişilerin uymak zorunda oldukları etik kuralları bilir.
	<b>Etik kurallar 2</b>
	Toplumsal yaşamda kişilerin uymak zorunda oldukları etik kuralları bilir.
	<b>Etik toplum ilişkisi</b>
	Etik değerlere uygun davranışların sonuçlarını öğrenir.
	Bireyde etik davranışı etkileyen faktörleri öğrenir
	Etik kod kavramını ve neleri içerdiğini öğrenir.
	<b>Etik sistemler</b>
	Eylemin ahlakiliğini belirleyen farklı yaklaşımları öğrenir.
	<b>Etik türleri</b>
	Bireysel etik kavramını öğrenir.
	İş etiği, çalışma etiği, örgütsel etik kavramlarını bilir.
	<b>Meslek etiği</b>
	Meslek kavramını öğrenir.
	Meslek etiği kavramını öğrenir.
	Genel olarak meslek etik ilkelerini kavrar.
	<b>Reklam ve etik</b>
	Reklamda kadın, erkek ve çocuklar için uyulması gereken konuları bilir.
	Tüketim kültürü kavramını öğrenir.
	Reklam ve tüketim kültürü arasındaki bağlantı hakkında fikir sahibi olur.
	<b>Halkla ilişkiler ve etik</b>
	Halkla ilişkiler etiğinin standartlarını öğrenir.
İşletmenin paydaşlarını ve etik kapsamında değerlendirilmesini kavrar.	
<b>Mesleki yozlaşma ve etik dışı davranışların sonuçları</b>	
İşletme açısından uygun olmayan bazı davranışları öğrenir.	
Mesleki yozlaşma kavramını ve sonuçlarını öğrenir.	
<b>Sosyal sorumluluk</b>	
Sosyal sorumluluğun tanımını bilir.	
Sosyal sorumluluk türlerini öğrenir.	
Ekonomik ve hukuki sorumlulukları öğrenir.	
Ahlaki ve gönüllü sorumlulukları kavrar.	
<b>İşletmenin sorumlu olduğu kişi ve gruplar</b>	
İşletmelerin sosyal sorumlu olduğu yönleri bilir.	

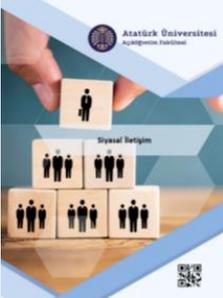
		Personele, hissedara, müşteriye karşı sorumluluklar kavrar.	
		Topluma, doğal çevreye karşı sorumluluklarını öğrenir.	
		Devlete ve rakiplerine karşı sorumluluklarını öğrenir.	
		<b>Uluslararası ahlak yasaları</b>	
		Atina yasasının içeriğini öğrenir	
		Helsinki bildirgesini öğrenir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	02.10.2023	Etik	PY11
2	09.10.2023	Etik ve ahlak ilişkisi (ayrımı)	PY11
3	16.10.2023	Etik kurallar 1	PY11
4	23.10.2023	Etik kurallar 2	PY11
5	30.10.2023	Etik toplum ilişkisi	PY11
6	06.11.2023	Etik sistemler	PY11
7	13.11.2023	Etik türleri	PY2-PY11
8	20.11.2023	Meslek etiği	PY2-PY11
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	04.12.2023	Reklam ve etik	PY2-PY11
10	11.12.2023	Halkla ilişkiler ve etik	PY2-PY11
11	18.12.2023	Mesleki yozlaşma ve etik dışı davranışların sonuçları	PY2-PY11
12	25.12.2023	Sosyal sorumluluk	PY2-PY11
13	01.01.2024	İşletmenin sorumlu olduğu kişi ve gruplar	PY2-PY11
14	08.01.2024	Uluslararası ahlak yasaları	PY2-PY11
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		1-Etik nedir? 2-Ahlak nedir? 3-Ahlak yasasını kabul etmeyen görüşler hangileridir? 4-Sosyal sorumluluk türleri nelerdir	
<b>Cevap Anahtarı</b>		1-Etik ya da ahlak felsefesi, felsefenin doğru ve yanlış kavramlarını inceleyen, savunan ve sistemleştiren bir dalıdır. Etik bilimi iyi ve kötü, doğru ve yanlış, erdem ve ahlaksızlık, adalet ve ceza gibi kavramları açıklayarak insan ahlakının sorularına çözümler arar. Ahlak felsefesi: etik olarak formüle edilebilir. (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifade yeteneğinin geliştirilebilmesi için aynı anlama gelebilen farklı tanımlamalara da puan verilecektir) 2-Ahlak İnsanların birbirleriyle veya devletle olan ilişkilerinde kendilerinden yapmaları istenen davranışlarla toplum düzenini sağlayan bir kurallar ve normlar bütünüdür, yani toplumsal bir olgudur. (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifade yeteneğinin geliştirilebilmesi için aynı anlama gelebilen farklı tanımlamalara da puan verilecektir) 3-Hedonizm, anarşizm, bencillik, fayda ahlakı (Bu soru 20 puandır. Her madde 5 puandır) 4-Ekonomik sorumluluk, hukuki sorumluluk, ahlaki sorumluluk, sosyal sorumluluk (Bu soru 20 puandır. Her madde 5 puandır)	

<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>		<p>1-Meslek etiği, Doç. Dr. Menşure Kolçak (2012) Murathan yayınevi <b>1,2,3,4,5,6,7 bölümler 1-206 sayfalar.</b></p>
		<p>2-İşletmelerde Halkla İlişkiler Prof. Dr. Zeyyat Sabuncuoğlu 2008-Alfa aktüel <b>9 Bölüm/197-222 sayfalar</b></p>
		<p>3-Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler, İdil Saymer-Pınar Eraslan Yayınoğlu 2007-Beta Yayınevi 8-9-10 Bölümler 283-406 sayfalar</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Teoride ve Pratikte Halkla İlişkiler, İrfan Erdoğan, Erk yayınları,2006, ANKARA</p>	

## HİT 251 Siyasal İletişim

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Salı 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Perşembe 09:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Dersin temel amacı siyasal iletişim alanını öğrencilere tanıtmak, seçmen davranışıyla ilgili bilgiler vermek ve siyasal kampanya çalışmalarını yapabilmeleri için gerekli teorik alt yapıyı oluşturmaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Olgu, süreç ve kavram olarak siyasal iletişim</b>
	Siyasal iletişim ve ilgili kavramları bilir.
	Siyasal iletişimin gelişimini kavrar.
	Siyasal iletişimde rol ve fonksiyonları kavrar.
	<b>Siyasal iletişimin öncülü olarak siyasal propaganda</b>
	Propaganda kavramını bilir.
	Propagandanın özellikleri ve ayırt edici vasıflarını açıklar.
	Propaganda yöntem ve tekniklerini bilir.
	<b>Siyasal iletişim çerçevesinde kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları</b>
	Kamuoyu kavramını tanımlar.
	Dünyada ve Türkiye'deki kamuoyu araştırmalarının gelişimini açıklar.
	Kamuoyu araştırmalarının medya ve siyaset üzerindeki etkilerini bilir.
	<b>Siyasal seçimler ve siyasal katılım</b>
	Seçim kavramı ve kurumu hakkında bilgi sahibi olur.
	Seçim sistemleri ve türlerini bilir.
	Siyasal katılım, katılım türlerini bilir.
	<b>Siyasal iletişim süreci ve aktörleri</b>
	Siyasal iletişim sürecini bilir.
	Siyasal iletişim aktörlerini açıklar.
	Etki araştırmaları ve siyasal iletişimi kavrar.
	<b>Siyasal pazarlama ve siyasal kampanya yönetimi</b>
	Siyasal pazarlama ve siyasal kampanyaların gelişimini bilir.
	Siyasal kampanya uygulaması ve etki eden faktörleri bilir.
	Siyasal kampanyalarda uyulması gereken kurallar ve hazırlık aşamalarını bilir.
	<b>Dünyada ve Türkiye'de siyasal kampanyalar</b>
	Dünyada siyasal kampanyaların gelişimi hakkında bilgi sahibi olacaktır.
	Türkiye'de siyasal kampanyaların gelişimini öğrenecektir.
	<b>Siyasal kampanyalarda kullanılan ikna stratejileri</b>
	İkna kavramını tanımlayabilecektir.
	Siyasal kampanyalarda kullanılacak stratejileri öğrenebilecektir.
<b>Siyasal kampanyalarda kullanılan yöntem ve teknikler</b>	
Siyasal kampanyalarda kullanılan iletişim türlerini öğrenecektir.	
Siyasal kampanyalarda kullanılan iletişim yöntem ve tekniklerini bilecektir.	
Siyasal iletişimde kullanılan araçların gelişimi ve önemi hakkında bilgi sahibi olunacaktır.	
<b>Siyasal reklamcılık uygulamaları</b>	
Siyasal reklamcılığın ne anlama geldiği, işlevleri ve türleri bilinecektir.	
Dünyada ve Türkiye'de siyasal reklamcılığın gelişimiyle ilgili ilişkiyi kavrayabilecektir.	
Kitle iletişim araçlarının ayrımının farkında olarak bütün mecralardaki siyasal reklamcılık uygulamalarını anlayıp öğrenebilecektir.	
<b>Siyasal imaj</b>	

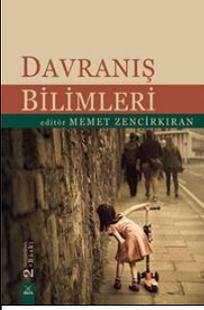
		Siyasetin kişiselleşmesi kavramını tanımlayabilecektir.	
		Aday imajının kavram ve özelliklerini açıklayabilecektir.	
		Aday imajının önemini kavrayabilecektir.	
		Aday imajı hakkında değerlendirme yapabilecektir.	
		<b>Siyasal imaj - seçim müzikleri</b>	
		Siyasetin kişiselleşmesi kavramını tanımlayabilecektir.	
		Aday imajının kavram ve özelliklerini açıklayabilecektir.	
		Aday imajının önemini kavrayabilecektir.	
		Siyasal müziğin tanımını yapabilecektir.	
		Müziğin tarihsel olarak siyasal alana nasıl nüfuz ettiğini öğrenebilecektir.	
		Türkiye'de dönemselsel olarak siyasal alanda ve kampanyalarda kullanılan seçim müzikleri hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	
		<b>Sivil toplum hareketleri, lobicilik ve kamu diplomasisi</b>	
		Kamu diplomasisini açıklayabilecektir.	
		Sivil toplumun ve sivil toplum kuruluşlarının oluşum ve gelişim sürecini açıklayabilecektir.	
		Lobicilik yöntem ve tekniklerini sayabilecektir.	
		<b>Dijital siyaset: yeni medya ve siyasal iletişim</b>	
		Web 2.0 kavramını anlayabilecektir.	
		Sosyal medya ve siyaset ilişkisini kavrayabilecektir.	
		Siyasal iletişim 2.0'ın geleneksel siyasal iletişimden farklarını sıralayabilecektir.	
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	05.10.2023	Olgu, süreç ve kavram olarak siyasal iletişim	PY2
2	12.10.2023	Siyasal iletişimin öncülü olarak siyasal propaganda	PY2
3	19.10.2023	Siyasal iletişim çerçevesinde kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları	PY1-PY2
4	26.10.2023	Siyasal seçimler ve siyasal katılım	PY1-PY2
5	02.11.2023	Siyasal iletişim süreci ve aktörleri	PY1-PY2
6	09.11.2023	Siyasal pazarlama ve siyasal kampanya yönetimi	PY1-PY2-PY6
7	16.11.2023	Dünyada ve Türkiye'de siyasal kampanyalar	PY1-PY2
8	23.11.2023	Siyasal kampanyalarda kullanılan ikna stratejileri	PY1-PY2-PY8
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	07.12.2023	Siyasal kampanyalarda kullanılan yöntem ve teknikler	PY1-PY2-PY6-PY10
10	14.12.2023	Siyasal reklamcılık uygulamaları	PY1-PY2-PY3
11	21.12.2023	Siyasal imaj	PY1-PY4-PY9
12	28.12.2023	Siyasal imaj - seçim müzikleri	PY1-PY2
13	04.01.2024	Sivil toplum hareketleri, lobicilik ve kamu diplomasisi	PY1-PY2-PY9
14	11.01.2024	Dijital siyaset: yeni medya ve siyasal iletişim	PY1-PY2
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli ve/veya klasik soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siyasal iletişim kavramını <u>tanımlayınız</u>.</li> <li>2. Siyasal iletişimin rol ve fonksiyonları <u>nelerdir</u>?</li> <li>3. Propagandanın özellikleri ve ayırt edici vasıfları <u>nelerdir</u>?</li> <li>4. Bir topluluk içerisinde görüş birliğinin bulunması hâline <u>ne ad verilir</u>?</li> </ol>	

	<p>5. Belli bir zamanda belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna ve gruplarına hâkim olan kanaate <u>ne</u> ad verilir?</p>
<b>Cevap Anahtarı</b>	<p>1. Siyasal iletişim, bir siyasal görüş ya da organın etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içerisinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak - dolayısıyla iktidar olabilmek- zaman ve konjonktür gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek ve/veya çift yönlü iletişim çabalarıdır.</p> <p>2. Siyasal sistem için önemli bir işlevi bulunduğu görüşünden hareketle siyasal iletişimin en temel rolü; siyasal mücadelenin konusu olabilecek her türlü temayı bünyesine katıp siyasal tartışmanın içe kapanmasını önlemek olarak belirtilebilir. Böylelikle siyasal iletişim, kapalı bir siyasal sistem yerine açık bir sistemin devamlılığına katkı sunmuş olur. Siyasal iletişimin üstlendiği bu temel rolü yerine getirebilmesi için de üç önemli fonksiyonu yerine getirmektedir. Bunlardan ilki, ortaya çıkan yeni tartışma konuları, politikacılar ve bu konuda başlıca rol oynayan medyaların tanımlanmasına yardımcı olmak; ikincisi, sürece dâhil olmalarına vesile olduğu yeni konu, politikacı ve medyalarla ilgili olarak bir tür meşruiyet sağlamak; üçüncüsü de artık çatışma konusu olmaktan çıkan veya üzerinde belli bir uzlaşma oluşmuş olan temaların gündemden düşmesini kolaylaştırmaktadır.</p> <p>3. Propagandayla ilgili yapılmış olan tanımlamalardan hareketle bu kavramın belli başlı özelliklerini ayırt edici yönlerini belirlemek mümkündür.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilinçli ve Maksatlı Bir Faaliyet Olması</li> <li>• Planlı Bir Girişim Olması</li> <li>• Topluluğu Hedef Alması</li> <li>• Tek Elden ve Merkezî Bir Şekilde Yönetilmesi</li> <li>• Tek Yönlü Bir İletişime Dayanması</li> <li>• Kitle İletişim Araçlarından Yararlanması</li> </ul> <p>4-d, 5-e.</p>
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Siyasal İletişim, Raci Taşcıoğlu (Ed.) Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (2019) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1. ve 14. bölümler arası</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	<p>-Tokgöz, Oya (2020). Siyasal iletişimi anlamak. İstanbul: İmge Kitabevi.</p> <p>-Aziz, Aysel (2011). Siyasal iletişim. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım,</p>

## HİT 253 Davranış Bilimleri

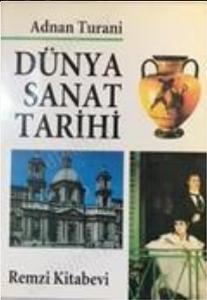
<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Perşembe 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Salı 09:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Davranış Bilimleri dersi ile öğrencilerin “davranış”ın altında yatan biyolojik, psikolojik, sosyolojik, ekonomik, politik nedenleri analiz ederek insan davranışını tahlil edebilme ve davranış değişikliği yaratabilme becerisi kazanmaları amaçlanmaktadır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Davranış bilimleri üzerine</b>
	Davranış kavramını öğrenir.
	Davranış bilimlerini oluşturan bilimleri öğrenir.
	Davranış bilimleri tarihçesini bilir.
	<b>Kültür</b>
	Kültür, alt kültür kavramlarını öğrenir.
	Temel kültürel değerleri bilir.
	Temel kültürel öğeler ve davranış ilişkisini bilir.
	<b>Toplumsallaşma</b>
	Rol, statü kavramlarını öğrenir.
	Toplumsallaşma araçları hakkında fikir edinir.
	<b>Kişilik</b>
	Kişilik kavramına dair farklı kuramları bilir.
	Kişinin geçirdiği psikososyal evreleri öğrenir.
	<b>Sosyal etki ve uyma I</b>
	Etki üzerindeki ortamsal faktörleri kavrar.
	Etki üzerindeki kişisel faktörleri bilir.
	Etki üzerindeki kültürel faktörleri öğrenir.
	<b>Sosyal etki ve uyma II</b>
	Uyma davranışını öğrenir.
	İtaat ve uyma arasındaki farkı kavrar.
	Geçmişte gerçekleştirilmiş uyma ile ilgili deneylerden haberdar olur.
	<b>Gruplar</b>
	Grup kavramını bilir.
	Grup türlerini bilir.
	İnsanın gruplara katılma motivasyonlarını öğrenir.
	Grubun birey, bireyin grup üzerindeki etkilerini öğrenir.
	Liderlik kavramını açıklar.
	Statü ve rol, liyakat, kıdem kavramlarını bilir.
	<b>Öğrenme</b>
	Öğrenme kavramını bilir.
	Öğrenmeye ilişkin kuramları öğrenir.
Öğrenmeyi etkileyen faktörleri öğrenir.	
Öğrenme stillerini bilir.	
<b>İletişim ve empati: sosyal bir beceri olarak empati</b>	
İletişim kavramını bilir.	
Empati kavramını kavrar.	
Temel iletişim becerilerini açıklar.	
Gelişmiş iletişim becerilerini açıklar.	
<b>Engellenme, çatışma ve savunma mekanizmaları</b>	
Savunma mekanizmalarının neler olduğunu bilir.	
Savunma mekanizmalarının nasıl ortaya çıktığını bilir.	

		<b>Motivasyon</b>	
		Motivasyon kavramını açıklar.	
		Motivasyon ve kişilik arasındaki bağlantıları	
		Motivasyonun önemini bilir.	
		<b>Duygular</b>	
		Kişiyeye ait temel duyguları bilir.	
		Duygunun işlevlerini bilir.	
		Yaşa göre duyguların gelişimini öğrenir.	
		<b>Toplumsal cinsiyet</b>	
		Toplumsal cinsiyet kavramını bilir.	
		Toplumun kadına yüklediği rolleri bilir.	
		Toplumun erkeğe yüklediği rolleri bilir.	
		Pozitif ayrımcılık kavramını öğrenir.	
		<b>Stres ve çatışma</b>	
		Stres ve çatışma hakkında bilgi sahibi olur.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	03.10.2023	Davranış bilimlerine giriş	PY3-PY9-PY7
2	10.10.2023	Kültür	PY3-PY9-PY7
3	17.10.2023	Toplumsallaşma	PY3-PY9-PY7
4	24.10.2023	Kişilik	PY3-PY9-PY7
5	31.10.2023	Sosyal etki ve uyuma I	PY3-PY9-PY7
6	07.11.2023	Sosyal etki ve uyuma II	PY3-PY9-PY7
7	14.11.2023	Gruplar	PY3-PY9-PY7
8	21.11.2023	Öğrenme	PY3-PY9-PY7
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	05.12.2023	İletişim ve empati: sosyal bir beceri olarak empati	PY2-PY10-PY8
10	12.12.2023	Engellenme, çatışma ve savunma mekanizmaları	PY2-PT4-PY11
11	19.12.2023	Motivasyon	PY2-PT4-PY11
12	26.12.2023	Duygular	PY11
13	02.01.2024	Toplumsal cinsiyet	PY2-PY4
14	09.01.2024	Stres ve çatışma	PY2-PY11
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		1- Bir organizmada yer alan ve organizma tarafından yapılan her türlü eyleme ..... denir. 2-Max Scheler'e göre kişilikli insanın 4 özelliğini yazınız. 3-Uyuma ve itaat nedir? 4-İnsanlar gruplara neden katılır?	
<b>Cevap Anahtarı</b>		1-Davranış, (Bu soru 5 puandır) 2- Güçlü, tutarlı, sorumlu, bağımsız (Bu soru 20 puandır. Her madde 5 puandır.) 3-Uyuma kişinin gönüllü olarak ya da zorla toplumca kendine dayatılan davranışları gerçekleştirmesidir. İtaat ise kişinin bir otorite figürünün söylem ve isteklerine beklentilerine uymasıdır. (Bu soru 20 puandır. Her bir tanım 10 puan olarak değerlendirilecektir.) 4-Benzerlerine yakın olma isteği, ilişki, etkileşim kurma isteği, ortak amacı gerçekleştirme isteği, sosyal kimlik kazanma isteği, güvenlik, güç isteği, hayata anlam kazandırma, statü elde etme isteği (Bu soru 25 puandır. Her bir madde için 3 puan, tamamını yazan ise 25 puan olacaktır.)	

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		Davranış Bilimleri, Mehmet Zencirkiran, Dora yayınevi (2017) <b>1,2,3,4,5.6.7.8,10,14 bölümler – 1-187, 243-278, 377-406 sayfalar.</b>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Doğan Cüceloğlu, Yeniden İnsana- Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış- Yard.Doç.Dr.Aydın YILMAZER-Öğr.Gör.Cemal EROĞLU	

## HİT 257 Güzel Sanatlar

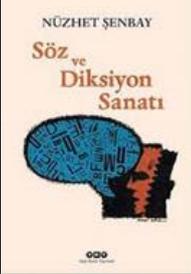
<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Arzu Sönmez
<b>Oda Numarası</b>	202
<b>Ofis Saatleri</b>	Çarşamba 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:arzu.sonmez@gop.edu.tr">arzu.sonmez@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Pazartesi 15:00 – 17:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Güzel sanatlara yönelik bilgi aktarımı ve estetik bakış açısı kazandırmaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Sanata yönelik tanımlamalar</b>
	Sanatın ve sanatçının ne anlama geldiğini bilir.
	Güzel Sanatların tanımını yapabilir.
	Estetiğin tanımını yapabilir.
	Tasarımın ve stilin tanımını yapabilir.
	<b>Güzel sanatların sınıflandırılması</b>
	Plastik sanat dallarını bilir.
	Fonetik sanat dallarını bilir.
	Dramatik sanat dallarını bilir.
	<b>İşitsel (fonetik) sanatlar</b>
	Edebiyatın sanata yansımalarını kavrar.
	Müziğin sanata yansımalarını kavrar.
	<b>Dramatik (ritmik) sanatlar</b>
	Sanatın tiyatroya yansımalarını bilir.
	Pantomim sanatının ne olduğunu bilir.
	Opera ve dansın hangi sanat dalına girdiğini bilir.
	<b>Sanata yardımcı bilim dalları</b>
	Arkeoloji, filoloji ve epigrafinin ne olduğunu bilir.
	Nüvizmatik paleografi kronolojinin ne olduğunu bilir.
	Coğrafya, tarih, felsefe, psikoloji ve sosyolojinin sanata nasıl yardımcı olduklarını kavrar.
	<b>Sanatın doğuşu</b>
	Sanatın nasıl, nerede, ortaya çıktığını bilir.
	Sanatın hangi zamanda ve hangi şartlarda ortaya çıktığını bilir.
	<b>Türkiye’de güzel sanatların gelişimi</b>
	Türkiye’de güzel sanatları ne zaman kurulduğunu bilir.
	Türkiye’de güzel sanatları kim tarafından kurulduğunu bilir.
	<b>Görsel sanat ve alt dalları</b>
	Natürlük, portre, nü ve figüratif resmin ne olduğunu bilir.
Hat tezhip minyatür grafiti sanatının ne olduğunu bilir.	
<b>Heykel ve grafik sanatı ve alt dalları</b>	
Heykel sanatının gelişimi hakkında bilgi edinir.	
Rölyefin ne olduğunu bilir.	
Animasyon ve illüstrasyonun ne olduğunu bilir.	
<b>Sanat akımları</b>	
Sanat akımlarının nasıl, ne zaman ve nerelerde ortaya çıktığını bilir.	
Klasizmin realizmin, empresyonizmin ve ekspresyonizmin ne olduğunu bilir.	
Sürrealizmin, ekspresyonizmin, sembolizmin ve soyut sanatın ne olduğunu bilir.	
<b>Modern sanatlar</b>	
Modern sanatların nasıl, ne zaman, nerelerde ortaya çıktığını bilir.	
Fovizm kübizmin ve Dadaizmin ne olduğunu bilir.	
Soyut ekspresyonizmin, Sürrealizmin ne olduğunu bilir.	

		<b>Çağdaş sanatlar</b>	
		Çağdaş sanatların nasıl, ne zaman, nerelerde ortaya çıktığını bilir.	
		Pop-art, op-art sanatının ne olduğunu bilir.	
		Minimalizmin ve kavramsal sanatın ne olduğunu bilir.	
		<b>Osmanlıda sanat</b>	
		Osmanlıda sanatın ne zaman, nerede ve nasıl ortaya çıktığını bilir.	
		Osmanlı dönemindeki Türk ressamı bilir.	
		<b>19.yüzyıl sonrası sanat akımları</b>	
		Sanat akımlarının çıkış nedenlerini bilir.	
		Sanat akımlarının hangileri olduğunu bilir.	
		Akımların öncü sanatçıları ve eserlerini bilir.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	05.10.2023	Sanata yönelik tanımlamalar	PY1
2	12.10.2023	Güzel sanatların sınıflandırılması	PY1
3	19.10.2023	İşitsel (fonetik) sanatlar	PY1
4	26.10.2023	Dramatik (ritmik) sanatlar	PY1
5	02.11.2023	Sanata yardımcı bilim dalları	PY1
6	09.11.2023	Sanatın doğuşu	PY1
7	16.11.2023	Türkiye’de güzel sanatların gelişimi	PY1
8	23.11.2023	Görsel sanat ve alt dalları	PY1
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	07.12.2023	Heykel ve grafik sanatı ve alt dalları	PY1
10	14.12.2023	Sanat akımları	PY1
11	21.12.2023	Modern sanatlar	PY1
12	28.12.2023	Çağdaş sanatlar	PY1
13	04.01.2024	Osmanlıda sanat	PY1
14	11.01.2024	19.yüzyıl sonrası sanat akımları	PY1
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi klasik yazılı yoklama olarak bir vize ve bir final olacak şekilde yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40, finalin ise %60’ tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	1. Güzel sanatları tanımlayınız? 2. Grafik sanatı alt dallarını yazınız? 3) Fonetik sanat nedir?		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1) Duygu ve düşünceleri çizgi boya, hacim ya da ses gibi anlatım araçlarıyla başkalarına hissettirebilmektir 2) Karikatür, illüstrasyon, animasyon, çizgi film, amblem, logo. 3) Malzemesi dildir, sestir. Sanatçı bu malzemeyi kullanır, bundan yeni bir şey yaratır; müzik, şiir, edebiyat, tiyatro, opera, dans.		
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p>Sezer TANSUĞ, Çağdaş Türk Sanatı, Adnan TURANİ Dünya Sanat Tarihi Kaynak Kitap Çağdaş Türk Sanatı Sezer Tansuğ Remzi Kitabevi-1999 Dünya sanat Tarihi Adnan Turani-Remzi kitabevi 1999 1.2.3.4.5.6.7.8 12.13.14.bölümler</p>		
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Çağdaş sanatlar dergisi, Ders notları.		

## HİT 259 Diksiyon

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Perşembe 13:15-17:00
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Çarşamba 09:15 – 12:00
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, Türkçeyi güzel kullanma, fonetik diksiyon kavramlarının açılımını etkili bir şekilde aktarmak ve kişinin hitabetini güçlendirmektir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Nefes egzersizleri 1</b>
	Nefes egzersizleri yaparak doğru nefes almayı öğrenir.
	Nefes egzersizleri ile diyaframı kullanabilir.
	<b>Nefes egzersizleri 2</b>
	Doğru nefes sayesinde doğru sesler çıkarabilir.
	<b>Dil, dudak, çene egzersizleri</b>
	Dil egzersizleri sayesinde dili daha esnek kullanabilir
	Çene egzersizleri sayesinde çeneyi daha etkili kullanabilir.
	Harflerin doğru telaffuz edilmesine katkı sağlamış olur.
	<b>Ses organları tanıtımı ve egzersizleri</b>
	Ses organlarını tanıır.
	Soluk alma ve soluk verme egzersizleri yaparak doğru nefes alır.
	Nefes geliştirme egzersizleri yaparak doğru sesleri çıkarabilir.
	<b>Alfabe de yer alan harflerin telaffuzu 1</b>
	Alfabe de yer alan harfleri doğru telaffuz edebilir.
	Harfleri doğru boğulmayabilir.
	Harflerin hece içinde uzun ya da kısa telaffuzlarını bilir.
	<b>Alfabe de yer alan harflerin telaffuzu 2</b>
	Ünlü ve ünsüz harflerin doğru söylenişlerini bilir.
	Alfabe de yer alan harfleri doğru telaffuz edebilir.
	<b>Tekerleme çalışması, örnek metin üzerinde telaffuz çalışması 1</b>
	Tekerleme çalışmalarıyla telaffuz hatalarını giderebilir.
	Örnek metin çalışması üzerinde edindiği teorik bilgileri uygulayabilir.
	<b>Tekerleme çalışması, örnek metin üzerinde telaffuz çalışması 2</b>
	Tekerleme çalışmalarıyla telaffuz hatalarını giderebilir.
	Halkla ilişkilerin temel ilkelerini öğrenir.
	Telaffuzla ilgili hatalarını düzeltebilir.
	Teorik bilgi ile pratiği birleştirebilir.
	<b>Galat-ı meshurların ve yanlış telaffuz edilen kelimelerin incelenmesi</b>
	Doğru bilinen yanlış kullanımları öğrenir.
Yaygın yanlış kullanılan deyimlerin doğru kullanımlarını öğrenir.	
Yanlış telaffuz edilen kelimelerin doğru kullanımlarını öğrenir.	
Yanlış telaffuz edilen kelimelerin doğru kullanımlarını öğrenir.	
<b>Ses kusurları ve çözümleri</b>	
Ses kusurları ve çözümlerini öğrenir.	
Ses kuvvetsizliğini ortadan kaldırabilir.	
Ses titrekliliğini ortadan kaldırabilir.	
<b>Vurgu ve durak ile ilgili çalışmalar</b>	
Vurgu nedir öğrenir.	
Konuşmada monotonluğun önüne geçebilir.	
Daha güçlü bir hitabete sahip olur.	
<b>Tonlama ve ile ilgili çalışmalar</b>	
Tonlama nedir bilir.	
Tonlama çalışmalarıyla daha etkili konuşabilir.	

	Konuşmada duygu ve anlatımı güçlendirebilir.		
	<b>Örnek metin çalışmaları 1</b>		
	Örnek diyalog metinleri sayesinde akıcı konuşabilir.		
	Konuşmada duygu ve anlatımı güçlendirebilir.		
	<b>Örnek metin çalışmaları 2</b>		
	Teorik bilgiyi pratiğe dökülebilir.		
	Teorik bilgiler ışığında telaffuz hatalarını tespit edebilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği	
1	04.10.2023	Nefes egzersizleri 1	PY4
2	11.10.2023	Nefes egzersizleri 2	PY4
3	18.10.2023	Dil, dudak, çene egzersizleri	PY4
4	25.10.2023	Ses organları tanıtımı ve egzersizleri	PY4
5	01.11.2023	Alfabe de yer alan harflerin telaffuzu 1	PY4
6	08.11.2023	Alfabe de yer alan harflerin telaffuzu 2	PY4
7	15.11.2023	Tekerleme çalışması, örnek metin üzerinde telaffuz çalışması 1	PY4
8	22.11.2023	Tekerleme çalışması, örnek metin üzerinde telaffuz çalışması 2	PY4
	<b>25 Kasım-3 Aralık 2023</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	06.12.2023	Galat-ı meşhurların incelenmesi	PY4
10	13.12.2023	Ses kusurları ve çözümleri	PY4
11	20.12.2023	Vurgu ile ilgili çalışmalar	PY4
12	27.12.2023	Tonlama ile ilgili çalışmalar	PY4
13	03.01.2024	Örnek metin çalışmaları 1	PY4
14	10.01.2024	Örnek metin çalışmaları 2	PY4
	<b>15-26 Ocak 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>29 Ocak-4 Şubat 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<p>1)Türkçede genellikle şiddet vurgusu hangi hecede olur? a) İlk b) Üçüncü c) Son d) İkinci 2) (10 Puan) Kalın sesleri ince seslerden ayıran niteliğe ne ad verilir? a) Yükseklik b)Şiddet c)Tını d)Pes ses 3) (10 Puan) Aşağıdaki kelimelerin telaffuzlarını yazınız. Hakem Değil Ayar Aferin Lanet Her Kelime 1 Puan Lakap Zararı Mütevazı Aşık Bakiye</p>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-c, (10 Puan) 2-a, (10 Puan) 3- Hakem (a Kısa) Diil -Ayar (a Kısa)- Aaferin -Laanet -Lakap (a Kısa) -Zararı (a Kısa) -Aaşık -Bakiye (a Kısa) (20 Puan)		

<b>Kaynak Kitap/lar</b>		Nüzhet Şenbay, Söz ve Diksiyon Sanatı, Yapı Kredi Yayınları (2008)
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		Doğan Cüceloğlu, Yeniden İnsana- Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış-Yard.Doç.Dr.Aydın YILMAZER-Öğr.Gör.Cemal EROĞLU

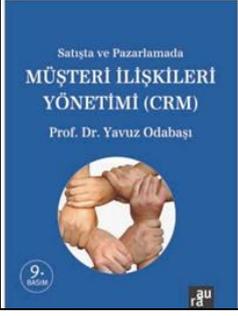
## 2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

### HİT 204 Müşteri İlişkileri Yönetimi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
E-posta	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
Ders Zamanı	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
Derslik	120
Dersin Amacı	İşletmelerde Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin çalışanlar, müşteriler ve yöneticiler açısından anlamını, içeriğini, özelliklerini ve önemini kavratmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	<b>Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, tanımı, gelişimi ve özellikleri</b>
	Müşteri ilişkileri yönetimi tanımı ve kavramını açıklayabilecektir.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin hedefleri ve özelliklerini kavrayabilecektir.
	Müşteri ilişkisi yönetimine katılan taraflar ve rolleri hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Müşteri ilişkileri yönetimi pazarlama karmasını bilebilecektir.
	<b>Müşteri ilişkileri yönetimi bileşenleri ve modelleri</b>
	Müşteri ilişkileri yönetimini oluşturan bileşenler hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Müşteri ilişkilerindeki farklı sistemleri tanıyabilecek ve bunların katkılarını ifade edebilecektir.
	MİY geliştirmede yardımcı olacak modeller hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	<b>Müşteri ilişkileri yönetimine geçiş ve uygulama süreci</b>
	Müşteri ilişkileri yönetimine geçiş sürecinde yapılması gerekenler hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin uygulama aşamalarını tanıyabilecektir.
	Yönetici, maliyet ve gelir, verimlilik ve etkinlik gibi kavramları anlayabilecektir.
	Müşteri ilişkileri yönetimi uygulama süreçlerini açıklayabilecektir.
	<b>Müşteri ilişkileri yönetiminin unsurları</b>
	Bilgi ve teknolojilerinin kapsamı hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Bilgi teknolojisi araçları ve özelliklerini tanıyabilecektir.
	Örgütsel değişimde neler yapılması gerektiğini anlatabilecektir.
	<b>Müşterilerle iletişim ve değer yaratmak</b>
	İletişim kanallarının zenginliğinin farkına varabilecektir.
	Müşterilerle gerçekleşen iletişim biçimlerini anlayabilecektir.
	Değer kavramını ve müşteri değerini izah edebilecektir.
	Müşteriler tarafından yapılan değer tanımlamalarını yapabilecektir.
	<b>Müşteri kazanma, elde tutma ve müşteri yaşam boyu değeri oluşturma</b>
	İşletmeler için müşteri kazanmanın önemini açıklayabilecektir.
	İşletmeler için müşteri elde etmenin önemini öğrenebilecektir.
	Müşteri elde etme modellerini anlayabilecektir.
	İşletmeler için müşteri yaşam boyu değeri oluşturma gerekliliğini anlayabilecektir.
<b>Müşteri ilişkileri yönetiminde taraflarla ilişkiler</b>	
MİY ilişkiler ağını tanımlayıp açıklayabilecektir.	
Tedarikçilerle ilişkiler ve kapsamını bilebilecektir.	
Aracılar ve işletme bağlantılarını açıklayabilecektir.	
Çalışanlar ile ilişkiler kurma ve geliştirmede yapılabilecekleri öğrenebilecektir.	

			<b>Müşteri ilişkileri yönetiminin diğer kavramlarla olan ilişkisi</b>
			Toplam kalite yönetiminin MİY açısından önemini kavrayabilecektir.
			MİY’de veri tabanlı pazarlama kullanımının etkisini görebilecektir.
			Örgüt kültürünün MİY uygulamaları açısından arz ettiği önemi kavrayabilecektir.
			MİY’de halkla ilişkilerin sağladığı katkıyı seçebilecektir.
			<b>Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret</b>
			Müşteri ilişkileri yönetimini ve e-ticareti tanımlayabilecektir.
			E-ticaret ve geleneksel ticaret arasındaki farkları ayrıştırabilecektir.
			E-ticaretin araçlarını, taraflarını, türlerini ve e-ticaretin avantajlarını kavrayabilecektir.
			Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret arasındaki ilişkiyi kavrayabilecektir.
			<b>Müşteri itirazları ve şikâyet yönetimi</b>
			Müşteri itirazları ve karşılanması ile ilgili bilgiler öğrenebilecektir.
			Şikâyet yönetimi kavramını bilebilecektir.
			Şikâyet eden müşteri özelliklerini bilebilecektir.
			Şikâyet sürecini kavrayabilecektir.
			<b>MİY’de başarısızlık nedenleri</b>
			MİY’de başarısızlık yaşanmasında etkili olan nedenleri açıklayabilecektir.
			MİY başarısında önemli etkisi olan unsurları kavrayabilecektir.
			Başarısız ve başarılı MİY uygulamaları ve çözüm yollarını yorumlayabilecektir.
			<b>Satış yönetimi</b>
			Satış kavramını anlayabilecektir.
			Satış yönetimi ve görevlerini kavrayabilecektir.
			Satış yönetim sürecini değerlendirebilecektir.
			<b>Müşteri ilişkileri yönetimi sektör uygulamaları</b>
			Güncel MİY uygulamalarını öğrenebilecektir.
			Hangi sektörlerde MİY uygulamalarının nasıl gerçekleştirileceğini değerlendirebilecektir.
			Örnek uygulamalar ile MİY’in işletmelere sağlayabileceği rekabet avantajları hakkında bilgi edinebilecektir.
			Dünyada ve Türkiye’de MİY uygulamaları hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
			<b>Müşteri ilişkileri yönetiminin ölçülmesi ve yatırımın geri dönüşü (roi)</b>
			Müşteri ilişkilerinin ölçümünde kullanılan ölçümlerin kapsamını açıklayabilecektir.
			Müşteri ilişkileri ölçümünde kullanılan tekniklerin özelliklerini belirleyebilecektir.
			Müşteri ilişkileri ölçümünde kullanılan teknikler anlatabilecektir.
			Müşteri ilişkilerinde yatırımın geri dönüşünün (roi) hesaplanmasında dikkate alınması gereken noktaları kavrayabilecektir.
	<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, tanımı, gelişimi ve özellikleri	PY4
2	19-23.02.2024	Müşteri ilişkileri yönetimi bileşenleri ve modelleri	PY4
3	26-02.1-03.2024	Müşteri ilişkileri yönetimine geçiş ve uygulama süreci	PY4
4	04-08.03.2024	Müşteri ilişkileri yönetiminin unsurları	PY7
5	11-15.03.2024	Müşterilerle iletişim ve değer yaratmak	PY4
6	18-22.03.2024	Müşteri kazanma, elde tutma ve müşteri yaşam boyu değeri oluşturma	PY4
7	25-29.03.2024	Müşteri ilişkileri yönetiminde taraflarla ilişkiler	PY4

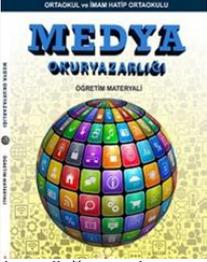
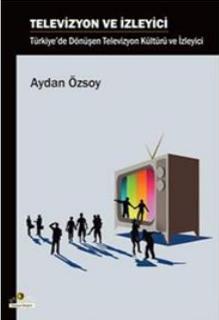
8	01-05.04.2024	Müşteri ilişkileri yönetiminin diğer kavramlarla olan ilişkisi	PY3
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret	PY7
10	29-03.04.05.2024	Müşteri itirazları ve şikâyet yönetimi	PY12
11	06-10.05.2024	Miy'de başarısızlık nedenleri	PY7
12	13-17.05.2024	Satış yönetimi	PY7
13	20-24.05.2024	Müşteri ilişkileri yönetimi: sektör uygulamaları	PY7
14	27-31.05.2024	Müşteri ilişkileri yönetiminin ölçülmesi ve yatırımın geri dönüşü (roi)	PY7
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınav</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Müşteri ilişkileri yönetimi kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>Müşteriyi elde tutmanın yararları nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>Müşteri itirazlarının nedenleri nelerdir, <u>açıklayınız.</u></li> <li>Müşteri ilişkileri yönetimindeki başarısızlık nedenlerini nelerdir, <u>açıklayınız.</u></li> <li>Satış elemanlarının satışla ilgili görevleri nelerdir, <u>açıklayınız.</u></li> </ol>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>MİY; müşteriyi kazanmak, muhafaza etmek ve sadık hâle getirmek için müşteri-merkezli kültürün oluşturulması ve bunun örgüt genelinde yürütülmesi, olarak ifade edilebilir.</li> <li>İşletmeler için müşteriyi elde tutmanın yararları şu şekilde ifade edilebilir: <ul style="list-style-type: none"> <li>Müşterileri masraflarından tasarruf etme,</li> <li>Mevcut müşteriler açısından bir kâr garantisi olursa, planlanan harcamanın en aza indirgenmesi mümkündür,</li> <li>Müşteri başına gelir düzeyi arttıkça, daha fazla harcarlar,</li> <li>Maliyetler daha uzun sürelere ve daha çok müşteriye yayılabilir,</li> <li>Var olan müşteriler, yenilerinin gelmesine sebep olabilir.</li> </ul> </li> <li>Müşteri itirazlarının nedenleri şu şekildedir: <ul style="list-style-type: none"> <li>İşletmeye veya satış elemanına duyulan güvensizlik,</li> <li>Zaman kısıtlılığı,</li> <li>Finansal darlık,</li> <li>İhtiyaç şiddetinin zayıflığı,</li> <li>Müşterinin ürün veya bilgi hakkında düşük bilgisi,</li> <li>Etiketleme veya ambalajlamadaki eksiklikler (ürünün fiyatının veya bazı niteliklerinin bulunmaması).</li> </ul> </li> <li>MİY'de başarısızlık nedenleri şu şekilde sıralanabilir: <ul style="list-style-type: none"> <li>MİY uygulamadan önce stratejik planlar hazırlanmaması,</li> <li>Müşteri merkezli bakış açısının kazanılmaması,</li> <li>İşletmenin örgüt yapısının müşteri merkezli şekilde örgütlenmemesi,</li> <li>MİY'i stratejiden ziyade teknolojik yatırım olarak görmek,</li> <li>MİY faaliyetlerinin doğru şekilde ölçülmemesi,</li> <li>Müşteri yaşam boyu değerini doğru belirleyememe ve doğru müşteri portföyü oluşturamama,</li> <li>Üst yönetimin MİY uygulamalarını yeterince desteklememesi,</li> <li>İş süreçlerinin yeniden yapılandırılmaması,</li> </ul> </li> </ol>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Müşteri bilgisinin öneminin anlaşılması, veri tabanları, veri işleme ve pazarlama çabaları arasında bağlantı kurulamamasıdır.</li> </ul> <p><b>5.</b> Satış elemanlarının satışla ilgili çeşitli görevleri vardır: Plan - Program Yapma, Temsil, Gözlem - Pazar Araştırması, Müşteriyi İkna Etme, Sorun Çözme, Rapor Yazmadır.</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Sevtap ÜNAL (Ed.), Müşteri İlişkileri Yönetimi, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (2020).  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 14. bölümler arası.</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	 <p>Yavuz ODABAŞI, Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Aura Kitapları (2015).  <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 7. bölümler arası.</p>

## HİT208 Medya Okuryazarlığı

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Özge Çepni Aktaş
<b>Oda Numarası</b>	202
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:Ozge.cepni@gop.edu.tr">Ozge.cepni@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Medyayı tanımak ve medya iletilerini anlamlandırmak çerçevesinde medyanın, okuryazarlık kavramlarının ve medya okuryazarlığının yeniden değerlendirilmesidir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Medya okuryazarlığı neden gereklidir? Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi</b>
	Medya okuryazarlığı dersini tanıır.
	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimini bilir.
	<b>İletişime giriş</b>
	İletişimi tanımlayabilir.
	İletişim öğelerini sıralayabilir.
	İletişim türlerini bilir.
	<b>Kitle iletişimi ve medya</b>
	Kitle iletişimi tanımlayabilir.
	Kitle iletişim araçlarına örnek verebilir.
	Kitle iletişimin birey açısından önemini değerlendirebilir.
	<b>Medyanın hayatımızdaki yeri</b>
	Medyayı tanımlayabilir.
	Medyanın işlevlerini sıralayabilir.
	Medyanın önemini kavrar.
	<b>Televizyon</b>
	Televizyon nedir bilir.
	Televizyonun tarihsel gelişim sürecini bilir.
	Televizyonun yararlarını sıralayabilir.
	Televizyonun zararlarını sıralayabilir.
	<b>Aile- çocuk ve televizyon</b>
	Televizyonun aile üzerindeki etkilerini açıklayabilir.
	Televizyonun çocuk üzerindeki etkilerini açıklayabilir.
	Ailenin çocuğa doğru televizyon izleme alışkanlığını nasıl kazandırması gerektiğini bilir.
	<b>Radyo</b>
	Radyo nedir tanımlayabilir.
	Radyonun tarihsel gelişim sürecini açıklayabilir.
	Radyoyu teknik açıdan tanımlayabilir.
	<b>Gazete</b>
	Gazete nedir bilir.
Tarihsel süreçte gazetenin gelişimini açıklayabilir.	
Gazete haber örneklerini analiz eder.	
<b>İnternet (sanal dünya)</b>	
İnternet nedir bilir.	
İnternetin tarihsel sürecini açıklayabilir.	
İnternetin yararlarını sayabilir.	
İnternetin zararlarını sayabilir.	
İnternetin birey ve toplum için öneminden bahseder.	
<b>Sosyal medya ve birey</b>	
Sosyal medya nedir bilir.	
Sosyal medyanın birey ve toplum için öneminden bahseder.	

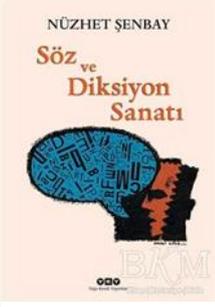
	Sosyal medyanın etkilerini açıklayabilir.	
	<b>Medyada dil farklılığı</b>	
	Medyada dil kullanımının nasıl olduğunu bilir.	
	Medyanın dil kullanım örneklerini analiz eder.	
	Medyada doğru Türkçe kullanımı için nelere dikkat edilmesi gerektiğini bilir.	
	<b>Görsel izleme ve yorumlama 1</b>	
	Söyleyiş bozuklukları örnekleri verebilir.	
	Medyada söyleyiş bozukluklarını analiz edebilir.	
	<b>Görsel izleme ve yorumlama 2</b>	
	Medyada yapılan yazım yanlışlarını örneklerini inceler.	
	Deyim ve atasözlerin doğru kullanımını bilir.	
	Medyada anlatım bozukluklarına örnek verebilir.	
	<b>Genel dönem değerlendirmesi/tekrar</b>	
	Ders kapsamında işlediğimiz konuları açıklayabilir.	
	Ders kapsamında işlenen konularla ilgili örnekler verebilir.	
<b>Hafta-Tarih</b>	<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	Medya okuryazarlığı neden gereklidir? Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi
2	19-23.02.2024	İletişime giriş
3	26-02.1-03.2024	Kitle iletişimi ve medya
4	04-08.03.2024	Medyanın hayatımızdaki yeri
5	11-15.03.2024	Televizyon
6	18-22.03.2024	Aile- çocuk ve televizyon
7	25-29.03.2024	Radyo
8	01-05.04.2024	Gazete
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>
9	22-26.04.2024	İnternet (sanal dünya)
10	29-03.04.05.2024	Sosyal medya ve birey
11	06-10.05.2024	Medyada dil farklılığı
12	13-17.05.2024	Görsel izleme ve yorumlama 1
13	20-24.05.2024	Görsel izleme ve yorumlama 2
14	27-31.05.2024	Genel dönem değerlendirmesi/tekrar
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınav</b>
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>
<b>Değerlendirme</b>	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.	
<b>Örnek Sorular</b>	1.Aşağıdakilerden hangisi medya araçlarını aşırı kullanan bir ailenin yaşayacağı sorunlardan biri değildir? a) Aile bireyleri arasındaki ilişkiler zayıflar b) Birey, aile içerisinde yalnızlaşmaya başlar c) Sevgi ve paylaşma duyguları azalır d) Aile bireyleri arasında empati kurma becerileri gelişir	
	2)Aşağıdaki medya araçlarından hangisi günümüzde diğerlerinden daha az kullanılmaktadır? a)İnternet                      b) Akıllı telefon                      c) Televizyon d) Gazete	
	3) (D)-(Y) Çok fazla t.v seyretmek ve bilgisayar oyunu oynamak sağlık problemlerine yol açabilir.	
<b>Cevap Anahtarı</b>	1) D 2) D 3) D	

<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>İLKÖĞRETİM MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ ÖĞRETMEN EL KİTABI, T.C. RADYO VE TELEVİZYON ÜSTKURULU ANKARA-2007</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	   

## HİT210 Sunum Teknikleri

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Ders öğrencinin sunum hazırlama için gereken bilgiyi edinmesini ve sunum yapabilme yeteneğini kazandırmayı amaçlar. Çeşitli teknikler kullanarak sunum hazırlamayı, hitap yeteneklerini geliştirmeyi, heyecan kontrolünü, kendi beden dilini tanımayı öğrenerek etkili sunum yapma becerisi ve deneyimi edindirmeyi amaçlar.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Sunum tanımları, amaç ve hedefler</b>
	Sunum kavramını tanımlar.
	Etkili sunum kavramını öğrenir.
	Sunum yapmanın gerekçelerini bilir.
	<b>Sunuş kaygısı ve kaygıyla başa çıkma</b>
	Stres kaygı kavramlarını bilir.
	Kaygı ile mücadele yollarını öğrenir.
	Sunum korkusunu yenmek için yapılabilecekleri öğrenir.
	<b>Sunuşun bileşenleri</b>
	Sunumda önemli olan faktörleri bilir.
	Yapacağı hazırlıkta sunum bileşenlerini göz önünde bulundurur.
	<b>Sunuşun amaçları</b>
	Sunumun yapılış nedenlerini kavrar.
	Etkili bir sunumun özelliklerini öğrenir.
	<b>Sunum türleri</b>
	Satış için sunumu bilir.
	Eğitim amaçlı sunumu bilir.
	İkna edici sunumu bilir.
	<b>Dinleyiciler</b>
	Dinleyicini rolünü kavrar.
	Dinleyicinin ihtiyaçlarını öğrenir.
	<b>Sunuşu hazırlama</b>
	Sunumun yer ve zamanlaması konusunu kavrar.
	Sunuma yardımcı materyalleri tanır.
	Veri toplama, metni hazırlama, prova yapma hakkında bilgi edinir.
	<b>Sunum metni hazırlama</b>
	Kronolojik/zamansal sıraya uymayı öğrenir.
	Neden sonuç ilişkisine dikkat eder.
	Giriş, kilit gelişme, sonuç kurallı metin yazmayı öğrenir.
	<b>Sunuşta sesin doğru ve etkili kullanımı</b>
	Ses ve sesin özelliklerini bilir.
	Sesle ilgili egzersiz yapar.
<b>Sunumda sözsüz iletişim, beden dili kullanımı</b>	
Göz ve baş hareketleri, beden duruşuna dikkat eder.	
Yüz ifadeleri, mesafe, temas önemli noktaları bilir.	
Beden dilinin anlamlarını öğrenir.	
<b>Sunumda soru sorma ve cevap verme</b>	
Açık uçlu kapalı uçlu soruları ve sorma amaçlarını öğrenir.	
Nasıl yanıt verilmesi gerektiğini bilir.	
Konuşmacıya sorulacak soru türlerini ve amaçlarını öğrenir.	
<b>Sunumun kapanışı, konuşmacının bitiş konuşması</b>	

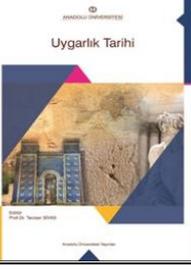
	Özetleme nasıl yapılır öğrenir.		
	Kapanışta yapılan hataları bilir.		
	<b>Sunumun başarısını ölçme ve değerlendirme</b>		
	Sunuşun başarısını değerlendirme kriterlerini bilir.		
	<b>Örnek sunumların incelenmesi</b>		
	Sunumu başarıya götürecekt unsurları örnek sunumlar üzerinden değerlendirir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği	
1	12-16.02.2024	Sunum tanımları, amaç ve hedefler	PY3-PY10
2	19-23.02.2024	Sunuş kaygısı ve kaygıyla başa çıkma	PY3-PY10
3	26-02.1-03.2024	Sunuşun bileşenleri	PY3-PY10
4	04-08.03.2024	Sunuşun amaçları	PY3-PY10
5	11-15.03.2024	Sunum türleri	PY3-PY10
6	18-22.03.2024	Dinleyiciler	PY3-PY10
7	25-29.03.2024	Sunuşu hazırlama	PY3-PY10
8	01-05.04.2024	Sunum metni hazırlama	PY3-PY10
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Sunuşta sesin doğru ve etkili kullanımı	PY3-PY10
10	29-03.04.05.2024	Sunumda sözsüz iletişim, beden dili kullanımı	PY3-PY10
11	06-10.05.2024	Sunumda soru sorma ve cevap verme	PY3-PY10
12	13-17.05.2024	Sunumun kapanışı, konuşmacının bitiş konuşması	PY3-PY10
13	20-24.05.2024	Sunumun başarısını ölçme ve değerlendirme	PY3-PY10
14	27-31.05.2024	Örnek sunumların incelenmesi	PY3-PY10
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	1-Sunumun bileşenleri nelerdir? 2-Sunum neden yapılır? 3-Yazılı metnin bölümleri nelerdir? 4-Sözsüz mesajlar hangi yollarla verilir? 5-Sözsüz iletişimin önemi nedir?		
<b>Cevap Anahtarı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ne tür sunuş yaparsak yapalım, genel olarak bir sunuş etkinliğinde yedi unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlar; konuşmacı, mesaj veya ileti, kanal, dinleyici veya katılımcı, geribildirim, gürültü ve bağlam veya durum olarak sıralanabilir (Bu soru 25 puandır. Her madde 3 puan tamamını yazan 25 puan alacaktır.)</li> <li>2. Bilgilendirmek- İkna etmek, Etkilemek- Eğitmek, Yetiştirmek- Müşteri edinmek, Satış yapmak- Eğlendirmek (Bu soru 20 puandır. Her madde 4 puan tamamını yazan 20 puan alacaktır.)</li> <li>3. Giriş, kilit düşünce, gelişme, sonuç ya da kapanış (Bu soru 20 puandır. Her madde 5 puan tamamını yazan 20 puan alacaktır.)</li> <li>4. Sözsüz mesajlar jestler, göz ve baş hareketleri, beden duruşu, yüz ifadeleri, mesafe, temas gibi beden dili öğeleriyle ifade edilir (Bu soru 25 puandır. Her bir yol 4 puan tamamını yazan 25 puan alacaktır)</li> <li>5. Bu mesajlar, düşmanlık, sıkıntı, güven, saldırganlık, hoşlanma ve benzeri gerçek duygu ve tavırları yansıtmak konusunda, söylenen kelimelerden çok daha önemli rol oynarlar. Söze dökülmeyen bu mesajlar, özellikle diğer insanlar üzerinde yaratılan ilk izlenim</li> </ol>		

	<p>sırasında son derece önemlidir. Bir araştırmaya göre kişiler arası iletişimde sözcükler %10, ses tonu %30, Beden dili ise %60 etkilidir. Bu durum bize sözsüz iletişim yöntemlerini kullanmanın iletişimin kalitesi ve başarısı açısından ne kadar önemli olduğunu hatırlatmaktadır (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifadesi desteklediğinden kendi cümleleri ile yazacakları aynı anlama gelen tüm cevaplar kabul edilecektir.)</p>
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>Söz ve diksiyon sanatı, Nüzhet ŞENBAY,2009, Yapı Kredi yayınları 1-140 Sayfalar</p> </div> </div> <p>Etkili sunum teknikleri, Ayşen Temel Eğinli, Demet Gürüz, Detay Yayıncılık, 2010.</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	<p>1-Sunum teknikleri ders notları, Öğr. Gör. Fikret CEYLAN.2016 1-36 sayfalar</p>

## HİT230 Uygarlık Tarihi

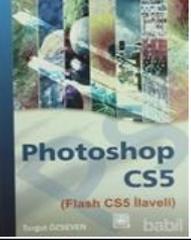
<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Fevzi Yahşi
<b>Oda Numarası</b>	225
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:fevzi.yahsi@gop.edu.tr">fevzi.yahsi@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Sosyal ve kültürel gelişmelere bağlı olarak değişen toplumsal yapının tarihsel gelişimini, medeniyetler tarihi çerçevesinde aktarmaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Eski mezopotamya tarihi</b>
	Mezopotamya medeniyetleri hakkında genel bilgi sahibi olur.
	Sümer imparatorluğu ekonomik, dinsel ve sosyal yaşamını açıklayabilir.
	Akadlar ve Babiller ekonomik, dinsel ve sosyal yaşamını açıklayabilir.
	<b>Eski mezopotamya uygarlığı</b>
	Dönemin hukuki yapısı hakkında bilgi sahibi olur.
	Dönemin dini yapısı hakkında bilgi sahibi olur.
	Dönemin bilimi, sanatı, yazısı hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Eski mezopotamya devlet yönetimi</b>
	Eski Mısır tarihi ve uygarlığı
	Mısır uygarlığının bilimsel katkılarını açıklayabilir.
	Mısır uygarlığının dinsel geleneklerini açıklayabilir.
	<b>Eski Mısır tarihi ve uygarlığı</b>
	Mısır tarihini genel hatlarıyla açıklayabilir.
	Dönemin bilimi, sanatı, yazısı hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Eski Anadolu uygarlıkları</b>
	Hitit uygarlığı devlet yönetimi ve dinsel geleneklerini açıklayabilir.
	Eski Anadolu'daki sosyal ve kültürel olguları açıklayabilir.
	<b>Eski Yunan tarihi ve uygarlığı</b>
	Minos ve Miken uygarlıkları kültürel yapısını açıklayabilir.
	Yunan mitolojisi ve efsaneleri hakkında genel bilgi sahibi olur.
	<b>Eski Roma tarihi</b>
	Roma da kraliyet ve cumhuriyet dönemlerini açıklayabilir.
	Roma'daki kültürel yapıyı açıklayabilir.
	Roma mitolojisi ve efsaneleri hakkında genel bilgi sahibi olur.
	<b>Eski Roma uygarlığı</b>
	Roma kentleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Eski Roma dinleri hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Ortaçağ Avrupa tarihi</b>
	Erken Ortaçağ, Asıl Ortaçağ ve Geç Ortaçağ tarihi hakkında bilgi sahibi olur.
	Ortaçağ Avrupa devletleri hakkında genel bilgiye sahip olur.
	<b>Ortaçağ Avrupa uygarlığı</b>
	Ortaçağdaki ekonomik ve sosyo kültürel yapıyı açıklayabilir.
	<b>Doğu Roma tarihi</b>
Bizans kavramı ve siyasal düşüncesini açıklayabilir.	
<b>Doğu Roma uygarlığı</b>	
Bizans kültür ve uygarlığı hakkında genel bilgi sahibi olur.	
<b>İslam tarihi</b>	
İslam coğrafyasındaki ekonomik ve sosyal yaşamı açıklayabilir.	
İslamiyet'ten önce Arabistan hakkında bilgi sahibi olur.	
İslamiyet'in doğuşu hakkında bilgi sahibi olur.	
<b>İslam medeniyeti</b>	
Emeviler dönemi hakkında bilgi sahibi olur.	

	Abbasiler hakkında bilgi sahibi olur. İslam medeniyetinin bilimsel katkılarını açıklayabilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği	
1	12-16.02.2024	Eski mezopotamya tarihi	PY4-PY5
2	19-23.02.2024	Eski mezopotamya uygarlığı	PY4-PY5
3	26-02.1-03.2024	Eski mezopotamya devlet yönetimi	PY4-PY5
4	04-08.03.2024	Eski Mısır tarihi ve uygarlığı	PY5-PY8
5	11-15.03.2024	Eski Anadolu uygarlıkları	PY4
6	18-22.03.2024	Eski Yunan tarihi ve uygarlığı	PY4
7	25-29.03.2024	Eski Roma tarihi	PY5
8	01-05.04.2024	Eski Roma uygarlığı	PY5
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
9	22-26.04.2024	Ortaçağ Avrupa tarihi	PY8
10	29-03.04.05.2024	Ortaçağ Avrupa uygarlığı	PY8
11	06-10.05.2024	Doğu Roma tarihi	PY6-PY8
12	13-17.05.2024	Doğu Roma uygarlığı	PY4- PY5
13	20-24.05.2024	İslam tarihi	PY4
14	27-31.05.2024	İslam medeniyeti	PY4
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşan bir ara sınav ve bir yarıyıl sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hititlerde soylular meclizine ne ad verilir? (10 Puan) <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Pankuş</li> <li>b) Bule</li> <li>c) Rubaum</li> <li>d) Nam-Ra</li> <li>e) Omphalos</li> </ol> </li> <li>2. Aşağıdakilerden hangisi Sümer şehir devletlerinden biri değildir? <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Ur</li> <li>b) Uruk</li> <li>c) Lagaş</li> <li>d) Babil</li> <li>e) Umma</li> </ol> </li> <li>3- Tapınak-ev anlamına gelen Sümer yapıtı hangisidir ? <ol style="list-style-type: none"> <li>A) Lahit</li> <li>B) Piramit</li> <li>C) Mastaba</li> <li>D) Ziggurat</li> <li>E) Kaya Mezarları</li> </ol> </li> <li>4- İhtar Kapısı, Babil Kulesi ve Babil Asma Bahçeleri hangi kral döneminde yapılmıştır ? <ol style="list-style-type: none"> <li>A) Salmanasar</li> <li>B) Nabukadnezar</li> <li>C) Hammurabi</li> <li>D) Urukagina</li> <li>E) Nabopolassar</li> </ol> </li> <li>5- Hangisi Eski Mısırlılarda kullanılan yazı tiplerinden biri değildir? <ol style="list-style-type: none"> <li>A) Hiyeratik</li> <li>B) Demotik</li> </ol> </li> </ol>		

	C) Kopt Yazısı D) Hiyeroglif E) Çivi yazısı
<b>Cevap Anahtarı</b>	1-A 2- D 3- D 4- B 5-E
<b>Kaynak Kitap/lar</b>	 <p><b>Yazar/Editör:</b> Taciser Sivas –Uygarlık Tarihi 2016 <b>Sorumlu olunan bölümler:</b> 1-14</p>
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>	Uygarlık Tarihi / Hüseyin Gazi Topdemir

## HİT 232 Görüntü İşleme Teknikleri

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Raif Sadıç
<b>Oda Numarası</b>	142
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:raif.sadic@gop.edu.tr">raif.sadic@gop.edu.tr</a> , <a href="mailto:raif.sadic@gmail.com">raif.sadic@gmail.com</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	LAB2
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders ile öğrenciye, görüntülerde genel düzenlemeler yapma yeterliliği kazandırılacaktır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Tarayıcılar ve dijital fotoğraf makineleri üzerinden görüntüleri aktarma işlemi</b>
	Tarayıcı ve fotoğraf makinelerini tanır.
	Görüntüyü tanımlar.
	Görüntüleri sayısal ortama aktarılmasını öğrenir.
	<b>Görüntü işleme programları</b>
	Görüntü işleme programlarını tanır.
	Uygulama alanlarına göre doğru görüntü işleme programlarını belirler.
	<b>Görüntü işleme programında araç paletleri 1</b>
	Program arayüz kavramını bilir.
	Görüntü işleme programındaki araçları çalışma mantığını bilir.
	Çizim ve boyama araçlarını çeşitlendirir.
	<b>Görüntü işleme programında araç paletleri 2</b>
	Nesneler ile araçları ilişkilendirir.
	Uygun araç seçimini yapar.
	Görüntü işleme programındaki araçları tanır.
	<b>Katman oluşturma yöntemleri 1</b>
	Katmanları tanır.
	Katman oluşturmaya öğrenir.
	Birden fazla katman oluşturur.
	<b>Katman oluşturma yöntemleri 2</b>
	Katmanlar için efekt menüsünü öğrenirler.
	Katmanları bir araya getirerek görüntü oluştururlar.
	<b>Kanal oluşturma</b>
	Renkleri öğrenir.
	Kanalları tanırlar.
	Yeni kanal açarlar.
	Spot renk oluşturur.
	<b>Filtre uygulamaları 1</b>
	Filtreleri öğrenir.
	<b>Filtre uygulamaları 2</b>
Filtreleri görüntüler üzerinde uygularlar.	
<b>Dekupe işlemleri 1</b>	
Pentool aracını tanır.	
<b>Dekupe işlemleri 2</b>	
Dekupe yapılacak nesnelerin sınırlarını tanımlar.	
<b>Dekupe işlemleri 3</b>	
Dekupe işlemini başarı ile tamamlar.	
Dekupe edilmiş farklı nesnelere bir araya getirir.	
<b>Path Uygulamaları</b>	
Path ile poligonlar oluşturur.	
Poligonlar üzerindeki değişiklikleri düzenler.	
<b>Genel tekrar</b>	
Ders kapsamındaki uygulamaları gerçekleştirir.	

Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	12-16.02.2024	Tarayıcılar ve dijital fotoğraf makineleri üzerinden görüntüleri aktarma işlemi	PY1-PY7
2	19-23.02.2024	Görüntü işleme programları	PY1-PY7
3	26-02.1-03.2024	Görüntü işleme programında araç paletleri 1	PY1-PY7
4	04-08.03.2024	Görüntü işleme programında araç paletleri 2	PY1-PY7
5	11-15.03.2024	Katman oluşturma yöntemleri 1	PY1-PY7
6	18-22.03.2024	Katman oluşturma yöntemleri 2	PY1-PY7
7	25-29.03.2024	Kanal oluşturma	PY1-PY7
8	01-05.04.2024	Filtre uygulamaları 1	PY1-PY7
<b>13-21 Nisan 2024</b>		<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Filtre uygulamaları 2	PY1-PY7
10	29-03.04.05.2024	Dekupe işlemleri 1	PY1-PY7
11	06-10.05.2024	Dekupe işlemleri 2	PY1-PY7
12	13-17.05.2024	Dekupe işlemleri 3	PY1-PY7
13	20-24.05.2024	Path uygulamaları	PY1-PY7
14	27-31.05.2024	Genel tekrar	PY1-PY7
<b>3-14 Haziran 2024</b>		<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
<b>24-30 Haziran 2024</b>		<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		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.	
<b>Örnek Sorular</b>		<p>1- Aşağıdakilerden hangisi görüntüyü sayısal ortama aktarmak için kullanılan cihazdır? A) Monitör B) Klavye C) Tarayıcı D) Mause E) Yazsıcı</p> <p>2- Aşağıdakilerden hangisi pixel tabanlı görüntü işleme programıdır? A) Illustrator B) Flash C) Corel Draw D) Photoshop E) Indesign</p> <p>3- Aşağıdakilerden hangisi photoshop programında yeni katman açma kısa yoludur? A) Ctrl+B B) Ctrl+Shift + N C) Ctrl+Alt +O D) Shift+Alt+G E) Ctrl+A</p>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		1-C 2-D 3-B	
<b>Kaynak Kitap/lar</b>		 <p>Photoshop CS5, Turgut Özseven , Murathan Yayınevi (2013) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1-417 sayfalar</p>	
<b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b>		<a href="http://www.adobegunlugu.com">www.adobegunlugu.com</a> <a href="http://www.photoshopmagazin.com">www.photoshopmagazin.com</a>	

## HİT 238 Girişimcilik

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Özkan Al
<b>Oda Numarası</b>	206
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:ozkan.al@gop.edu.tr">ozkan.al@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrenciler girişimcilik kültürüne sahip olacaklardır. Az bir sermayeye ile küçük bir işletmeyi nasıl kuracaklarını öğrenir. İşletme işlevlerinin küçük işletmelerde önemini ve etkinliğini öğretmek amaçlanmaktadır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Girişimcilik kavramı, ortaya çıkışı ve genel bilgiler</b>
	Girişimcim ve girişimcilik kavramını tanımlayabilir.
	Kimlerin girişimci olarak ifade edilebileceği konusunda bilgi sahibidir.
	Girişimciliğin ortaya çıkış süreci ve gelişimini açıklayabilir.
	<b>Girişimciliğin önemi ve Türkiye’de girişimci olma şekilleri</b>
	Girişimciliğin gelişme ve kalkınmadaki önemini kavramıştır.
	İstihdam sağlama ve işsizliği azaltma konusundaki katkısını anlamıştır.
	İthalatı azaltıcı ve ihracatı artırıcı rolünü ifade edebilir.
	Girişimci olma ve ülkemizde girişimci olma şekilleri konusunda bilgi sahibi olmuştur.
	<b>Girişimcilerin başarı ve başarısızlık nedenleri</b>
	Başarılı girişimcide yer alacak özellikleri kavramıştır.
	Girişimcinin başarısızlık nedenlerini ifade edebilir.
	Başarısızlığa neden olan sorunların çözümüne öneri sunabilecektir.
	<b>Risk sermayesi ve Türkiye’deki uygulamaları</b>
	Risk sermayesini ifade edebilir ve özelliklerini anlatabilir.
	Risk sermayesi fonlarını kimlerin oluşturacağını ve risk sermayesinin kimlere yarar sağlayacağını bilir.
	Risk sermayesinin uygulama sürelerini ve sona erdirilme şekillerini bilir.
	Risk sermayesi sisteminin işleyişini anlamıştır. Risk sermayesi uygulama yöntemlerini anlamıştır.
	<b>İş fikirleri üretmenin önemi ve girişimcilik politikaları</b>
	Girişimci ve ülke için iş fikri üretmenin önemini kavramıştır.
	Kişisel harekât planı yapabilecek fikri donanıma sahiptir.
	Ülke için girişimcilik politikaları oluşturmanın önemini kavramıştır.
	Girişimcinin rekabet gücünü arttıracak unsurları keşfedebilecek donanıma sahip olmuştur.
	<b>İş planı hazırlama</b>
	İş fikrini tarif edebilir ve iş kurma dosyası hazırlayabilir.
	İş fikrinin gerçekleştirilebilmesi için gerekli hususları bilir.
	Kısa orta ve uzun hedefli iş planları yapabilir.
Örnek iş planı hazırlayabilir.	
<b>Girişimcilik kültürü</b>	
İş yapabilme yeteneğini kazandıran ve teşvik eden çevresel unsurları kavramıştır.	
Eğitim öğretimin ve uygulamanın girişimcilik için kattığı değeri bilir.	
Özellikle kamu kurum ve kuruluşların girişimcilik kültürü oluşmasına etkisini bilmektedir.	
Özel sektör işletmelerinin ve kar amaçsız kuruluşların girişimcilik kültürünün oluşmasına olan etkisini bilir.	
<b>Küçük işletmeler ve ekonomik ve sosyal sisteme katkıları</b>	
Küçük İşletmelerin Ekonomik sistem içerisindeki yerlerini ve rollerini kavramıştır.	
İhracata katkılarını, büyük işletmelerin faaliyetlerine olan desteği bilir.	



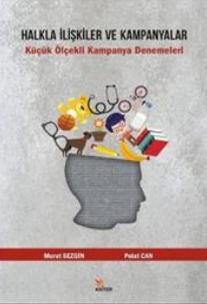


## HİT 244 Halkla İlişkilerde Kampanya Planlaması

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı halkla ilişkiler kampanyaları ve sponsorluk konusunda öğrencileri bilgilendirmek ve halkla ilişkiler kampanyaları ve sponsorluk faaliyetlerini yürütebilme becerilerini geliştirmektir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Halkla ilişkilerin tanımı ve tarihsel gelişimi</b>
	Halkla ilişkiler kavramını tanımlar.
	Halkla ilişkilerin işlevlerini açıklar.
	Halkla ilişkilerin fonksiyonlarını bilir.
	Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini açıklar.
	Halkla ilişkilerin işletmeler açısından önemini bilir.
	Halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini analiz eder.
	<b>Halkla ilişkiler ve ilişkili kavramlar</b>
	Pazarlama ve pazarlamanın amacını tanımlar.
	Halkla ilişkiler ve propagandayı karşılaştırır.
	Kişisel satış ve kişisel satışın amacını bilir.
	Halkla ilişkilerin temel ilke ve amaçlarını bilir.
	<b>Sponsorluk kavramı ve tarihsel gelişimi</b>
	Sponsorluk kavramını tanımlar.
	Sponsorluğun tarihi gelişimini bilir.
	Sponsorluğun ilişkili olduğu alanları bilir.
	<b>Sponsorluk çeşitleri</b>
	Sponsorluğun çeşitleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Sponsorluğun türünün uygulamasını yapar.
	<b>Halkla ilişkiler kampanya süreci</b>
	Halkla ilişkiler sürecindeki kampanya ve taktikleri bilir.
	Halkla ilişkiler sürecindeki aşamaları bilir.
	<b>Kampanya denemeleri 1</b>
	Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.
	Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.
	<b>Kampanya denemeleri 2</b>
	Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.
	Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.
	<b>Kampanya denemeleri 3</b>
	Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.
Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
<b>Kampanya denemeleri 4</b>	
Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
<b>Kampanya denemeleri 5</b>	
Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
<b>Kampanya denemeleri 6</b>	
Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
<b>Kampanya denemeleri 7</b>	
Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	

		<b>Kampanya denemeleri 8</b>	
		Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
		Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
		<b>Kampanya denemeleri 9</b>	
		Halkla ilişkiler kampanya sürecini kavrar.	
		Halkla ilişkiler kampanyasının nasıl olması gerektiğini öğrenir.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	Halkla ilişkilerin tanımı ve tarihsel gelişimi	PY1-PY2
2	19-23.02.2024	Halkla ilişkiler ve ilişkili kavramlar	PY1-PY2
3	26-02.1-03.2024	Sponsorluk kavramı ve tarihsel gelişimi	PY1-PY2
4	04-08.03.2024	Sponsorluk çeşitleri	PY1-PY2
5	11-15.03.2024	Halkla ilişkiler kampanya süreci	PY1-PY2
6	18-22.03.2024	Kampanya denemeleri 1	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
7	25-29.03.2024	Kampanya denemeleri 2	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
8	01-05.04.2024	Kampanya denemeleri 3	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Kampanya denemeleri 4	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
10	29-03.04.05.2024	Kampanya denemeleri 5	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
11	06-10.05.2024	Kampanya denemeleri 6	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
12	13-17.05.2024	Kampanya denemeleri 7	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
13	20-24.05.2024	Kampanya denemeleri 8	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
14	27-31.05.2024	Kampanya denemeleri 9	PY3-PY6-PY7-PY9-PY10
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Halkla ilişkilerin işlevini <u>açıklayınız.</u></li> <li>Halkla ilişkilerin toplumsal açıdan amaçları nelerdir <u>açıklayınız.</u></li> <li>SWOT analizi nedir <u>açıklayınız.</u></li> <li>Sponsorluk kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>Sponsorluk ve halkla ilişkiler ilişkisini <u>açıklayınız.</u></li> </ol>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Halkla ilişkilerin işleyişinde temel olarak iki yön vardır. <i>İlki</i> halkla ilişkiler temeline göre oluşturulmuş bir yönetim felsefesinin gereği olarak, kamuoyunun tutum ve davranışlarının belirlenmesi, taleplerin öğrenilmesi ve bunların örgüt eylem planlarına yansıtılmasıdır. <i>İkinci</i> olarak da örgütün karar ve politikalarını kamuoyuna açıklayarak istenilen yönde değişikliklerin gerçekleştirildiğini görmek, örgütü bir bütün olarak kamuoyuna anlatmak ve böylece karşılıklı anlayış, iyi niyet, onaylama ve benimseme sonucuna ulaşmaktır.</li> <li>Toplumsal açıdan halkla ilişkilerin amaçları şöyle açıklanabilir: <ul style="list-style-type: none"> <li>Halkla ilişkiler halkı aydınlatmak ve onlara çalışmalarını benimsetmek,</li> </ul> </li> </ol>		

	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Halkın yönetimle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak,</li><li>➤ Kararların isabet derecesini artırmak için halktan bilgi almak,</li><li>➤ Halkta yönetime karşı olumlu davranışlar yaratmak,</li><li>➤ Kanun ve kurallara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgi vermek,</li><li>➤ Halkla işbirliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak,</li><li>➤ Halkın istek, dilek, tavsiye, telkin ve şikâyetlerinden yapılan çalışmalarda, hazırlanan yasa, tüzük ve diğer tasarımlardan yararlanmak, aksaklıkların giderilmesi için yapılan çalışmalarda bunları değerlendirmektir.</li></ul> <p><b>3.</b> Kurumsal strateji ve konumlanma açısından başvuru olan bir yöntem olan SWOT analizi; firma, kurum, örgüt gibi bir organizasyonun iç ve dış durumunun etrafıca incelenip değerlendirildiği bir analiz uygulamasıdır. SWOT kelimesinin açılımı ise İngilizce olarak;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ S- Strength (Kurumun olumlu ve güçlü olan özelliklerinin belirlenmesi),</li><li>➤ W- Weakness (Kurumun olumsuz veya zayıf olan özelliklerinin belirlenmesi),</li><li>➤ O- Opportunity (Kurumun içte ve dışta sahip olduğu fırsatları belirtmektedir),</li><li>➤ T- Threat (Kurumun etrafındaki olası tehlike, risk ve piyasa tehditlerini belirtmektedir.)</li></ul> <p>Kısaca SWOT analizi, iç ve dış durum değerlendirmesini içeren ve yönetim açısından şu an ki konumu ve önünü görebilme açılarından büyük kolaylık sağlayan stratejik bir yönetim uygulamasıdır.</p> <p><i>Üstünlükler:</i> Çevreden gelen fırsatların değerlendirilmesi ancak işletmelerin üstünlüklerinin bilinmesiyle gerçekleşir. Üstünlük bir işletmede özellikle başarıyla uygulanan faaliyetlerdir. Bu durum ise o işletmeyi rakiplerine göre daha etkili ve verimli hale getirir.</p> <p><i>Zayıflıklar:</i> Bir işletme için zayıflık, rakiplere göre daha az verimli veya etkili olma durumudur. Bir işletme için zayıf yönlerinin belirlenmesi ve bilinmesi üstün yönlerinin bilinmesi kadar önemlidir. Uzun dönemli stratejiler ve planlamalarda doğru adımların atılmasında yanlış kararların alınmasına yardımcı olacaktır. Bir işletme zayıflıklarını etkili bir şekilde ortadan kaldırarak stratejileri geliştirmek zorundadır.</p> <p><i>Fırsatlar:</i> Bir işletmenin gelecekte yararlanacağı, kazanç sağlayabileceği ekonomik, sosyal, politik, teknolojik ve rekabetçi eğilimlerdir. Toplumun her alanında büyük değişiklikler yaşanmaktadır; bilgisayar devrimi, iletişim teknolojileri, nüfus hareketleri gibi. Bu çevresel eğilimlere ek olarak, fırsatlar ise bir seferlik olaylar olarak işletmelerin karşısına çıkmaktadır. Yeni bir yasanın yürürlüğe girmesi, bir rakip tarafından piyasaya sürülen yeni ürün kararı, teknolojik bir yenilik veya gelişme işletmeleri fırsatlarla karşı karşıya bırakabilir.</p> <p><i>Tehditler:</i> İşletmenin amaçlarını gerçekleştirmesini zorlaştıran veya imkânsız hale getiren yeni bir durum demektir. Bir işletmede başarıyı engelleyebilecek veya zarara sebep olabilecek her şey, bir tehdit unsurudur. Tehditler, “ekonomik, sosyal, teknolojik ve rekabet eğilimleri olup, potansiyel olarak işletmenin şuan ki ve gelecekteki rekabet durumuna zarar verecek olaylardır. Tehditler ise fırsatlar gibi önceden araştırılarak ortaya çıkarılabilir. Başarılı yönetimler bunu önceden sezinyerek tehditleri gizli bir fırsat haline dönüştürebilir.</p>
--	--

	<p>4. Bir kuruluşün kurumsal pazarlama ve iletişim hedeflerine ulaşmak amacıyla bağlantılı olan spor, kültür-sanat, çevre ve sosyal alanlar gibi geliştirilmeye ihtiyaç duyulan alanlardaki kişi, kuruluş veya organizasyonlara maddi, malzeme, teçhizat ve başka türlü desteklerle yapılan tüm faaliyetlerin planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi süreçlerini kapsayan, taraflar arasında belirli bir süre boyunca karşılıklı olarak birbirine fayda sağlamaya yönelik olarak yapılan bir iş anlaşması olarak tanımlanmaktadır.</p> <p>5. Sponsorluk, belirlenen hedefleri gerçekleştirmek amacıyla sponsor ile sponsorluğu yapılan (kurum-kişi) arasında karşılıklı olarak birbirine yarar sağlayan bir anlaşmadır. Halkla ilişkiler, genel olarak “bir kuruluşla hedef kitlesi (grubu) arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonu” şeklinde tanımlandığı gibi, kuruluşla hedef kitle arasındaki iletişim yönetimi şeklinde de tanımlanmaktadır. Her iki kavramı açıklayan tanımlar değerlendirildiğinde kuruluş, hedef grup, iletişim ve yönetim gibi unsurların dikkati çektiği görülmektedir. Sponsorluk ve halkla ilişkiler uygulamalarına bakıldığında her iki alandaki faaliyetlerin ortak özellikleri olduğu görülecektir. Örneğin her iki faaliyet de hedef gruplarına yönelik olarak uzun vadede (bazı faaliyetler kısa süreli olmasına rağmen) kuruluş amaçlarını gerçekleştirmek için yapılmaktadır. Sponsorluk ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin seçilmesi ve seçilen alanlarda faaliyette bulunulmasına karar verilmesinde toplumun ihtiyaçlarının karşılanması düşüncesi de yer alarak kuruluşların sosyal sorumlulukları ön plana çıkmaktadır. Ayrıca sponsorluk faaliyetlerinin yapılması sırasında da halkla ilişkiler çalışmalarından oldukça faydalanılmaktadır. Sponsorluk faaliyetleri sırasında yapılan sponsorluğun özelliğine göre bazı etkinliklerde sergiler, basın konferansları, çeşitli ödüllerin verilmesi, seminer düzenlenmesi gibi halkla ilişkiler çalışmaları sponsorluk faaliyetinin bir kısmını oluşturmaktadır.</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Murat SEZGİN, Polat CAN, Halkla İlişkiler ve Kampanyalar, Kriter Yayınevi (2017) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 2. bölümler arası</p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Prof. Dr. Aydemir OKAY, Sponsorluk, Der Yayınları (2012) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 6. bölümler arası.</p>

## HİT 246 Tüketici Davranışları

<b>Öğretim Elemanı</b>	Öğr. Gör. Dr. Pakize Kazancı
<b>Oda Numarası</b>	208
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:pakize.kazanci@gop.edu.tr">pakize.kazanci@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Pazarlama iletişimi elementlerini ve tüketici davranışını anlamak, cevaplamak ve-veya değiştirmek için bütünleştirmeyi anlamalarını Pazar bölümlenmesi, hedef kitle seçimi ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi öğrenmeleri beklenmektedir.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Tüketici davranışları kavramı ve pazarlama</b>
	Tüketici, müşteri, alıcı, pazarlama kavramlarını öğrenir.
	Tüketici davranışlarının boyutlarını öğrenir.
	Tüketici davranışlarının diğer sosyal bilimlerle ilişkisini öğrenir.
	Pazarlama stratejileri hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Tüketici davranış modelleri</b>
	Klasik modelleri öğrenir.
	Modern modelleri bilir.
	Alışkanlık halinde karar verme hakkında fikir sahibi olur.
	<b>İhtiyaçlar ve tüketim</b>
	İhtiyaç kavramını öğrenir.
	İstek kavramını öğrenir.
	Ürüne anlam yükleme hakkında fikir sahibi olur.
	Faydacı, kutsal, hazcı, sosyal anlamları öğrenir.
	<b>Motivasyon ve ilgilenim</b>
	Güdü ve güdülenme kavramlarını bilir.
	Güdülerin özelliklerini öğrenir.
	Güdülerin pazarlama stratejilerine nasıl uygulandığı hk. fikir sahibi olur.
	<b>Algılama</b>
	Algılama kavramını öğrenir.
	Algılama sürecini öğrenir.
	Algıda örgütlemeyi bilir.
	Bilinçaltı algılama hakkında bilgi sahibi olur.
	<b>Öğrenme</b>
	Öğrenme kavramını öğrenir.
	Öğrenmeye yönelik teorilerden haberdar olur.
	Öğrenme teorilerinin pazarlama stratejilerinde nasıl kullanıldığı hk fikir sahibi olur.
	<b>Tutumlar</b>
	Tutum kavramını bilir.
	Fonksiyonlarını öğrenir.
Tutum değişikliği hakkında fikir sahibi olur.	
<b>Kişilik ve kendini tanımlama</b>	
Kişilik kavramını bilir.	
Kişilik özellikleri hakkında yorum yapar.	
Kişilik kuramları hakkında fikir sahibi olur.	
Kişilik özelliklerinin pazarlama stratejilerine uygulanması hakkında fikir sahibi olur.	
<b>Yaşam tarzı</b>	
Yaşam tarzı konusunu kavrar.	
Yaşam tarzı belirleyicileri hakkında fikir sahibi olur.	
Pazarlama stratejilerine uygulanmasını öğrenir.	

		<b>Kültür</b>	
		Kültür kavramını bilir.	
		Kültürün özelliklerini bilir.	
		Kültürün fonksiyonlarını bilir.	
		Alt kültür kavramını öğrenir.	
		Pazarlama stratejileri için önemini kavrar.	
		<b>Sosyal sınıflar ve gruplar</b>	
		Sosyal sınıfların özelliklerini öğrenir.	
		Satın alma kararında sınıfların ve ailenin rolünü kavrar.	
		<b>Yeniliklerin yayılması</b>	
		Yenilik kavramını öğrenir.	
		Yeniliklerin nasıl kabul edildiğini süreçleriyle kavrar.	
		Yeniliğe direnme hakkında yorum yapar.	
		<b>İletişim</b>	
		Ağızdan ağza iletişim sürecini öğrenir.	
		Pazarlama açısından önemini kavrar.	
		<b>Faydacı ve hedonik tüketim</b>	
		Farklı tüketim motivasyonlarını kavrar.	
<b>Hafta-Tarih</b>		<b>Ders Konuları</b>	<b>İlgili Program Yeterliği</b>
1	12-16.02.2024	Tüketici davranışları kavramı ve pazarlama	PY2-PY4
2	19-23.02.2024	Tüketici davranış modelleri	PY2
3	26-02.1-03.2024	İhtiyaçlar ve tüketim	PY2-PY4
4	04-08.03.2024	Motivasyon ve ilgilenim	PY2-PY11
5	11-15.03.2024	Algılama	PY2-PY11
6	18-22.03.2024	Öğrenme	PY2-PY4-PY11
7	25-29.03.2024	Tutumlar	PY2-PY4
8	01-05.04.2024	Kişilik ve kendini tanımlama	PY2-PY4
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Yaşam tarzı	PY2-PY4
10	29-03.04.05.2024	Kültür	PY2-PY4-PY11
11	06-10.05.2024	Sosyal sınıflar ve gruplar	PY2-PY4-PY11
12	13-17.05.2024	Yeniliklerin yayılması	PY2-PY4
13	20-24.05.2024	İletişim	PY2-PY11
14	27-31.05.2024	Faydacı ve hedonik tüketim	PY2-PY4-PY11
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>		Bu dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar ve öğretim görevlisinin ders notları esas alınarak hazırlanacak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
<b>Örnek Sorular</b>		<p>1-Bir şeyin yanında ya da karşısında olma haline ne ad verilir? a) algı b) tutum c)biş d)ilgi d) nesne</p> <p>2-Toplumun dikey olarak katmanlaşmasına verilen ad aşağıdakilerden hangisidir? a) Katman b)Yaşam tarzı c)Sosyal kulüp d)Sosyal sınıf</p> <p>3-Yaşam biçimini etkileyen öğeler nelerdir?</p> <p>4-Aşağıdakilerden hangisi birincil güdülerdendir? a) Güç b)Başarı c)Güven d)Beslenme güdüsü e)statü</p> <p>5-Tüketici davranışlarını bilmenin pazarlamacılar ne gibi faydaları vardır?</p>	
<b>Cevap Anahtarı</b>		<p>1-a (Bu soru 5 puandır) 2-d (Bu soru 5 puandır) 3-Kültürel öğe, demografik öğe, ekonomik öğe, psikolojik öğe (Bu soru 20 puan her öğe 5 puandır.)</p>	

	<p>4-d (Bu soru 5 puandır)</p> <p>5-İnsan karmaşık bir yapıdır. Bilişsel, duygusal kararlar verebilir. Kararlarını birçok değişken etkileyebilir. İnsan davranışları ancak kestirilmeye çalışılabilir. Pozitif bilimlerdeki gibi örneğin matematik bilimindeki gibi net bir sonuca varılamaz. Şu davranışın sonucu şudur denilemeyeceği gibi bir davranışın sonucunda çok farklı bir tepkiye de rastlanılabilir. Bu yüzden insanı hangi etkiye hangi tepkiyi vereceği tam olarak bilinmeyen bir kara kutu olarak düşünebiliriz. İnsan davranışları ancak genelleştirilebilir, tahmin edilebilir. Tüketici davranışları bilimi insan davranışlarını tahmin etmeye, bu davranışları kategorize edilmeye yardımcı olur. Tüketici davranışlarını bilmek; tüketicilerin beklentilerinin bilinmesinde, bu beklentilerin oluşum sürecini ve beklentilerin şekillenmesinde rol oynayan faktörleri belirlemede pazarlamacılara katkı sağlar (Bu soru 25 puandır. Öğrencinin özgür ifadesi desteklendiğinden aynı anlama gelecek kendine özgü cevapların hepsi kabul edilecektir.)</p>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	 <p>Tüketici Davranışları, Prof.Dr.Ahmet H.İslamoğlu-DoçDr.Remzi Altunışık, Beta yayınevi/2008  <b>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,13,15 Bölümler 1-239, 253-262, 297-317 sayfalar</b></p>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Tüketici davranışı, Prof. Dr. Yavuz Odabaşı, Mediacat Yayıncılık, 2009.</p>

## HİT 248 Pazarlama

<b>Öğretim Üyesi</b>	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
<b>Oda Numarası</b>	125
<b>Ofis Saatleri</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>E-posta</b>	<a href="mailto:serhat.bekar@gop.edu.tr">serhat.bekar@gop.edu.tr</a>
<b>Ders Zamanı</b>	Ders programı belirlendiğinde girilecektir.
<b>Derslik</b>	120
<b>Dersin Amacı</b>	Pazarlamanın temel kavramları, pazarlama yöntem ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
<b>Konu ve İlgili Kazanımlar</b>	<b>Pazarlama kavramı ve tanımı</b>
	Pazarlama konusu ve kapsamını açıklayabilir.
	Pazarlama düşüncesinin gelişim süreçlerini bilir.
	<b>Pazarlama karması ve yönetimi</b>
	Pazarlama karması elemanlarını açıklayabilir.
	Değer kavramını açıklar.
	<b>Modern pazarlama anlayışı</b>
	Modern pazarlama anlayışının öğelerini bilir.
	Sosyal pazarlama anlayışını açıklar.
	<b>Bütünsel (holistik) pazarlama anlayışı</b>
	Bütünsel pazarlama anlayışının boyutları arasındaki ilişkiyi bilir.
	İçsel pazarlamayı bilir.
	Sosyal sorumluluk pazarlamasını bilir.
	<b>Pazarlama çevresi ve bilgi sistemi</b>
	Makro çevre faktörlerini bilir.
	Mikro çevre faktörlerini bilir.
	<b>Pazar araştırması</b>
	Pazar araştırması sürecini bilir.
	<b>Tüketici pazarları ve tüketici davranışları</b>
	Tüketici satın alma davranışı ve etkileyen faktörleri bilir
	Tüketici satın alma karar sürecini bilir.
	Satın alma karar tiplerini bilir.
	<b>Endüstriyel pazarlar ve satın alma davranışı</b>
	Endüstriyel pazarın özelliklerini bilir.
	Endüstriyel pazar türleri bilir.
	Endüstriyel alıcı kararlarını etkileyen faktörleri bilir.
	Endüstriyel alıcı satın alma karar sürecini bilir.
	<b>Pazarlama yönetim süreci</b>
	Pazarlama yönetim süreci aşamalarını bilir.
	Stratejik pazarlama planlamasını açıklayabilir.
<b>Ürün yönetimi</b>	
Ürün ile ilgili temel kavramları bilir.	
Ürünlerin sınıflandırılmasını bilir.	
Ürün karması kararlarını bilir.	
Ürün yaşam süreci kavramını bilir.	
Ürünlerle ilgili kararlarda marka, ambalajlama ve etiketlemeyi bilir.	
<b>Fiyat ve fiyat kararlarının yönetimi</b>	
Pazarlama karmasında fiyatın yeri ve önemini bilir.	
Piyasa türleri ve fiyatlamayı bilir.	
Fiyatlandırma amaçlarını bilir.	
Fiyatlandırma kararlarını etkileyen çıkar gruplarını bilir.	
Fiyatlama yöntemlerini bilir.	
<b>Dağıtım kanalları ve lojistik</b>	
Pazarlama kanallarını bilir.	

	Dağıtım kanalı türlerini bilir.		
	Kanal yönetimiyle ilgili temel konularını bilir.		
	Pazarlama lojistiğini açıklar.		
	<b>Pazarlama iletişimi yönetimi</b>		
	İletişim ve iletişim sürecini bilir.		
	Pazarlama iletişimi ve bütünlük pazarlama iletişimi süreçlerini bilir.		
	<b>Pazarlama sürecinde halkla ilişkiler</b>		
	Pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler arasındaki ilişkiyi açıklar.		
	Halkla ilişkilerin pazarlama sürecindeki rolünü bilir.		
	Pazarlama yönlü halkla ilişkileri bilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği	
1	12-16.02.2024	Pazarlama kavramı ve tanımı	PY3
2	19-23.02.2024	Pazarlama karması ve yönetimi	PY3
3	26-02.1-03.2024	Modern pazarlama anlayışı	PY7
4	04-08.03.2024	Bütünsel (holistik) pazarlama anlayışı	PY7
5	11-15.03.2024	Pazarlama çevresi ve bilgi sistemi	PY7
6	18-22.03.2024	Pazar araştırması	PY7
7	25-29.03.2024	Tüketici pazarları ve tüketici davranışları	PY7
8	01-05.04.2024	Endüstriyel pazarlar ve satın alma davranışı	PY7
	<b>13-21 Nisan 2024</b>	<b>Ara Sınav</b>	
9	22-26.04.2024	Pazarlama yönetim süreci	PY7
10	29-03.04.05.2024	Ürün yönetimi	PY7
11	06-10.05.2024	Fiyat ve fiyat kararlarının yönetimi	PY7
12	13-17.05.2024	Dağıtım kanalları ve lojistik	PY7
13	20-24.05.2024	Pazarlama iletişimi yönetimi	PY7
14	27-31.05.2024	Pazarlama sürecinde halkla ilişkiler	PY7
	<b>3-14 Haziran 2024</b>	<b>Dönem Sonu Sınavı</b>	
	<b>24-30 Haziran 2024</b>	<b>Bütünleme Sınavı</b>	
<b>Değerlendirme</b>	Dersin değerlendirilmesi, kaynak kitaplar, makaleler ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan açık uçlu soru formatında bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		
<b>Örnek Sorular</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlama kavramını <u>tanımlayınız.</u></li> <li>2. Pazarlamanın sağladığı faydaları maddeler halinde <u>yazınız.</u></li> <li>3. Pazarlamanın gelişim döneminin ilk aşamasını oluşturan üretim dönemini <u>açıklayınız.</u></li> <li>4. Pazarlama karması elemanlarını <u>yazınız.</u></li> <li>5. Makro çevre unsurlarını <u>yazınız.</u></li> </ol>		
<b>Cevap Anahtarı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bireylerin ve örgütlerin amaçlarına uygun değişimi sağlamak, üzere malların, hizmetlerin ve fikirlerin oluşturulmasını; fiyatlandırılmasını; dağıtımını ve tutundurma çabalarını planlama ve uygulama sürecidir.</li> <li>2. Pazarlamanın sağladığı faydalar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• İnsanların istek ve ihtiyaçlarının tatminine yöneliktir.</li> <li>• Mallar, hizmetler ve fikirler ile ilgilidir.</li> <li>• Değişimi kolaylaştırır ve gerçekleştirir.</li> <li>• Çok çeşitli eylemler bütünüdür.</li> <li>• Bu eylemler insanlar ve örgütler tarafından yapılır.</li> <li>• Bu eylemler değişken çevre koşulları altında gerçekleştirilir.</li> <li>• Bu eylemleri planlanmalı, uygulanmalı ve kontrol edilmelidir.</li> </ul> </li> <li>3. Üretim Yaklaşımı (1880-1950): Üretim yaklaşımı içerisinde, işletmeler odak olarak daha çok üretimi benimsemislerdir. Bu açıdan işletmeler, üretim hattını geliştirmeye ve ürettikleri ürünlerin dağıtımını arttırmaya yönelmişlerdir. Özellikle tüketicilerin talebinin, arzın üzerine çıktığı</li> </ol>		

	<p>dönemlerde, işletmeler bu talebi karşılamak üzere üretimlerini arttırmışlardır. Ayrıca fiyat konusunda maliyetleri düşürmenin çaresini de üretimi daha fazla arttırmakta bulmuşlardır. Bu yaklaşımın hakim olduğu dönemi özetleyen söz “ne üretirsem satırım” dır.</p> <p>4. Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmadır.</p> <p>5. Makro çevreyi oluşturan elemanlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografik Çevre</li> <li>• Doğal Çevre</li> <li>• Teknolojik Çevre</li> <li>• Politik ve Yasal Çevre</li> <li>• Kültürel Çevre.</li> </ul>
<p><b>Kaynak Kitap/lar</b></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 50%;"> <p>Bayram Zafer ERDOĞAN ve Elif EROĞLU HALL, Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi AOF Yayını (2018) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 8. bölümler arası</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 50%;"> <p>Nilüfer Fatma GÖKSU, Bütünleşik Pazarlama İletişim, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayını (2016) <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 14. bölümler arası</p> </div> </div>
<p><b>Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi</b></p>	<p>Hamdi İSLAMOĞLU, Pazarlama Yönetimi (Stratejik Yaklaşım), Beta (2020). <b>Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar;</b> 1 ve 12. bölümler arası</p>