

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

PROGRAM KILAVUZU

2025-2026

İçindekiler

GENEL BİLGİLER	3
2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ	4
ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI	4
ÖĞRETİM ELEMANLARI	5
PROGRAM YETERLİKLERİ	6
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ	7
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri.....	7
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri.....	7
DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ	8
DERS PROGRAMLARI	10
Birinci Sınıf Güz Dönemi Ders Programı	10
1. Sınıf Güz Dönemi Ders Programı	11
1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	12
2. Sınıf Güz Dönemi Ders Programı	13
2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	14
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI	15
1. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları.....	15
AİİT101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	15
TD101 Türk Dili-I.....	19
HİT107 Genel Hukuk Bilgisi	22
ENF100 Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları	25
HİT119 Halkla İlişkiler	30
HİT121 İletişime Giriş.....	33
HİT123 Genel İşletme.....	37
HİT125 Ekonomi	41
İNG101 İngilizce I	44
1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları	47
AİİT102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	47
HİT120 Kamuoyu ve Etkili İletişim.....	51
HİT122 Kariyer Planlama	54
HİT124 İletişim Tarihi.....	58
HİT126 Pazarlama.....	62
HİT128 Davranış Bilimleri.....	65
TD102 Türk Dili-II.....	68
İNG102 İngilizce II.....	71

TOGÜ094 Değerlerimiz.....	73
2. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları.....	76
HİT235 Fotoğrafçılık.....	76
HİT261 Halkla İlişkiler Kampanyaları	81
HİT263 Reklamcılık	86
HİT265 Tüketici Davranışları	90
HİT267 Medya Okuryazarlığı.....	94
HİT269 Siyasal İletişim	98
HİT281 Diksiyon ve Sunum Teknikleri	101
HİT291 Etik	105
HİT289 İş Sağlığı ve Güvenliği	109
2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları	113
HİT258 Reklamcılık Uygulamaları.....	113
HİT260 Müşteri İlişkileri Yönetimi.....	117
HİT262 Marka Yönetimi	121
HİT264 Sosyal Medya	125
HİT234 Çevre Koruma.....	128
HİT264 Türkiye'nin Yönetim Yapısı.....	131
HİT270 Girişimcilik.....	134
HİT276 Uluslararası Halkla İlişkiler	137
HİT286 Bilimsel ve Kültürel Etkinlik.....	140

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 serhat.bekar@gop.edu.tr İç Hat: 5131
Mezuniyet Koşulları	Programdan mezun olabilmek için öğrencinin, 120 AKTS kredisini sağlaması ve genel not ortalamasının 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	Çoklu değerlendirme sisteminin tercih edilmesi durumunda, dönem içi ölçme süreçlerinde en az bir ara sınav yapılması koşuluyla; yazılı sınav, ödev, uygulama, laboratuvar etkinliği, proje, saha çalışması ve öğrenci ürün dosyası gibi çeşitli değerlendirme araçları kullanılabilir. Dönem içi değerlendirme unsurlarının ve/veya yarıyıl sonu ile bütünleme sınavlarının başarı notuna yansıma oranları, ilgili öğretim eleman(lar)ının önerisi üzerine yetkili kurul tarafından karara bağlanır. Söz konusu oranlar, eğitim-öğretim dönemi başlamadan önce öğrencilere bildirilir.
	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

2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ

GÜZ	
Yeni Kayıtlar	
Ders Kayıtları (İnternet Üzerinden)	8-13 Eylül 2025
Danışman Onayı	8-14 Eylül 2025
Derslerin Başlaması	15 Eylül 2025
Ara Sınavlar	8-16 Kasım 2025
Derslerin Bitimi	26 Aralık 2025
Yarıyıl Sonu Sınavları	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026
Yarıyıl Sonu Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	29 Aralık 2025-11 Ocak 2026
Bütünleme Sınavları	13-21 Ocak 2026
Bütünleme Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	13-23 Ocak 2026
Dönem Sonu İtibariyle %10'a Giren Öğrencilerin Tespiti	25 Ocak 2026
Tek Ders Sınavı	28 Ocak 2026

BAHAR	
Yeni Kayıtlar	
Ders Kayıtları (İnternet Üzerinden)	26-31 Ocak 2026
Danışman Onayı	26 Ocak-1 Şubat 2026
Derslerin Başlaması	2 Şubat 2026
Ara Sınavlar	4-12 Nisan 2026
Derslerin Bitimi	23 Mayıs 2026
Yarıyıl Sonu Sınavları	2-12 Haziran 2026
Yarıyıl Sonu Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	2-15 Haziran 2026
Bütünleme Sınavları	17-25 Haziran 2026
Bütünleme Sınav Sonuçlarının Ders Sorumlularınca Sisteme Girilmesi	17-26 Haziran 2026
Dönem Sonu İtibariyle %10'a Giren Öğrencilerin Tespiti	2 Temmuz 2026
Tek Ders Sınavı	1 Temmuz 2026

ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI

1. Sınıf	Öğr. Gör. Kamil ALACALI kamil.alacali@gop.edu.tr İç Hat: 5048	
2. Sınıf	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR serhat.bekar@gop.edu.tr İç Hat: 5131	
Artık Yıl	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR serhat.bekar@gop.edu.tr İç Hat: 5131	

ÖĞRETİM ELEMANLARI

Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR

serhat.bekar@gop.edu.tr

İç Hat: 5131

Çalışma Alanları: Halkla İlişkiler, Yeni Medya, Kamu Diplomasisi, Dijital İletişim, Yeni İletişim Teknolojileri



Öğr. Gör. Kamil ALACALI

kamil.alacali@gop.edu.tr

İç Hat: 5048

Çalışma Alanları: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Kampanya ve Uygulamaları, İtibar Yönetimi, Reklamcılık



PROGRAM YETERLİKLERİ

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

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri

1. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
AIİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2	0	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
TD101	TÜRK DİLİ-I	2	0	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
HİT107	GENEL HUKUK BİLGİSİ	2	0	Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	2	0	Öğr. Gör. Mehmet Aykaç
HİT119	HALKLA İLİŞKİLER	3	1	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
HİT121	İLETİŞİME GİRİŞ	2	1	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT123	GENEL İŞLETME	3	0	Öğr. Gör. Ömer Erol
HİT125	EKONOMİ	2	0	Öğr. Gör. Dr. Fuat Ferit Yazar
SEC101	SEÇMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	3	0	Öğr. Gör. Murat Şener
2. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
AIİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	2	0	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
TD102	TÜRK DİLİ-II	2	0	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
HİT120	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM	2	0	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
HİT122	KARİYER PLANLAMA	1	0	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT124	İLETİŞİM TARİHİ	3	0	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT125	PAZARLAMA	2	1	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT128	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	0	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
SEC102	SEÇMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	3	0	Öğr. Gör. Rabia Alkan

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri

3. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
HİT261	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	2	1	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT263	REKLAMCILIK	3	0	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
HİT265	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	2	0	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT267	MEDYA OKURYAZARLIĞI	3	0	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
SEÇ203	SEÇMELİ DERSLER	2	0	
4. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Elemanları
		Teorik	Uygulama	
HİT258	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	1	3	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT260	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	2	1	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
HİT262	MARKA YÖNETİMİ	2	1	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
HİT264	SOSYAL MEDYA	2	1	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
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	P13	P14	P15	P16	P17
AIİT101	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					
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					
HİT119	HALKLA İLİŞKİLER	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	3					
HİT121	İLETİŞİME GİRİŞ	1	5	4	5	4	5	1	1	5	3	5	1					
HİT123	GENEL İŞLETME																	
HİT125	EKONOMİ																	
SEC101	SEÇMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

2.Yarıyıl Dersleri																		
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
AIİT102	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					
HİT120	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM																	
HİT122	KARİYER PLANLAMA																	
HİT124	İLETİŞİM TARİHİ																	
HİT126	PAZARLAMA																	
HİT128	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI																	
TOGÜ094	DEĞERLERİMİZ																	
SEC102	SECMELİ YABANCI DİL DERSLERİ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

3.Yarıyıl Dersleri																			
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	
HİT261	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	4	1	5	2	4	2	4	5	5	3	4	2						
HİT263	REKLAMCILIK	3	3	5	1	3	1	2	2	5	2	3	1						
HİT265	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3						
HİT267	MEDYA OKURYAZARLIĞI	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	3	2						
SEÇ203	SEÇMELİ DERSLER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						

4.Yarıyıl Dersleri																		
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
HİT258	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-					
HİT260	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
HİT262	MARKA YÖNETİMİ	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4					
HİT264	SOSYAL MEDYA	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
SEÇ202	SEÇMELİ DERSLER I	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
SEÇ204	SEÇMELİ DERSLER II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

Seçmeli Dersler																		
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
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					
HİT2001	DİJİTALLEŞME VE YAPAY ZEKA																	
HİT235	FOTOĞRAFÇILIK																	
HİT241	MESLEKİ YABANCI DİL I																	
HİT257	GÜZEL SANATLAR																	
HİT269	SİYASAL İLETİŞİM																	
HİT271	ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ																	
HİT273	İLK YARDIM																	
HİT275	TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ																	
HİT277	REKLAM ANALİZİ																	
HİT279	GÖRÜNTÜ VE SES TEKNOLOJİLERİ																	
HİT281	DİKSİYON VE SUNUM TEKNİKLERİ																	
HİT283	KONGRE VE FUAR ORGANİZASYONU																	
HİT285	YÖNETİM VE ORGANİZASYON																	
HİT287	İLETİŞİM HUKUKU																	
HİT289	İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ																	
HİT291	ETİK																	
HİT293	KURUM KÜLTÜRÜ																	
HİT295	KURUMSAL İLETİŞİM																	
HİT297	ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ																	
HİT299	TOPLUMA HİZMET UYGULAMALARI																	
HİT216	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ																	
HİT218	MASAÜSTÜ YAYINCILIK																	
HİT230	UYGARLIK TARİHİ																	
HİT234	ÇEVRE KORUMA																	
HİT236	E-TİCARET																	
HİT240	İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ																	
HİT242	MESLEKİ YABANCI DİL II																	
HİT266	İŞ VE SOSYAL GÜVENLİK HUKUKU																	
HİT268	GÖRÜNTÜ İŞLEME TEKNİKLERİ																	
HİT270	GİRİŞİMCİLİK																	
HİT272	TÜRKİYE'NİN YÖNETİM YAPISI																	
HİT274	POPÜLER KÜLTÜR VE İLETİŞİM																	
HİT276	ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER																	
HİT278	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ																	
HİT280	TOPLUMSAL CİNSİYET VE MEDYA																	
HİT282	SAĞLIK İLETİŞİMİ																	
HİT284	İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ																	
HİT286	BİLİMSEL VE KÜLTÜREL ETKİNLİK																	
HİT288	ÇAĞDAŞ YÖNETİM YAKLAŞIMLARI																	
İŞR290	İŞARET DİLİ																	

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	UYUM HAFTASI				
11:15 12:00					
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

1. Sınıf Güz Dönemi Ders Programı

(1. YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli (Çevrimiçi)	Bağımsız Öğrenme	Genel Hukuk Bilgisi Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun
09:15 10:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli (Çevrimiçi)	Bağımsız Öğrenme	Genel Hukuk Bilgisi Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun
10:15 11:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Mehmet Aykaç	Türk Dili-I Öğr. Gör. Faruk Toydemir (Çevrimiçi)	Bağımsız Öğrenme	İngilizce-I Öğr. Gör. Rabia Alkan
11:15 12:00	İletişime Giriş Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları Öğr. Gör. Mehmet Aykaç	Türk Dili-I Öğr. Gör. Faruk Toydemir (Çevrimiçi)	Bağımsız Öğrenme	İngilizce-I Öğr. Gör. Rabia Alkan
13:15 14:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Ekonomi Öğr. Gör. Dr. Fuat Ferit Yazar	Bağımsız Öğrenme	Genel İşletme Öğr. Gör. Ömer Erol
14:15 15:00	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Ekonomi Öğr. Gör. Dr. Fuat Ferit Yazar	Bağımsız Öğrenme	Genel İşletme Öğr. Gör. Ömer Erol
15:15 16:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme	Genel İşletme Öğr. Gör. Ömer Erol
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Halkla İlişkiler Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı

(2. YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	A.İ.İ.T. – II Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli Çevrimiçi	Davranış Bilimleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	İletişim Tarihi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Bağımsız Öğrenme	A.İ.İ.T. – II Öğr. Gör. İzzet Çevrimiçi	Davranış Bilimleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	İletişim Tarihi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Davranış Bilimleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	İngilizce II Öğr. Gör. Rabia Alkan 238
11:15 12:00	İletişim Tarihi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Davranış Bilimleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	İngilizce II Öğr. Gör. Rabia Alkan 238
13:15 14:00	Bağımsız Öğrenme	Kariyer Planlama Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Değerlerimiz Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	Bağımsız Öğrenme	Kamuoyu ve Etkili İletişim Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138
14:15 15:00	Bağımsız Öğrenme	Pazarlama Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Değerlerimiz Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138	Bağımsız Öğrenme	Kamuoyu ve Etkili İletişim Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138
15:15 16:00	Bağımsız Öğrenme	Pazarlama Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Türk Dili II Öğr. Gör. Faruk Toydemir Çevrimiçi	Bağımsız Öğrenme	Kamuoyu ve Etkili İletişim Öğr. Gör. Kamil Alacalı 138
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Pazarlama Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 138	Türk Dili II Öğr. Gör. Faruk Toydemir Çevrimiçi	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

2. Sınıf Güz Dönemi Ders Programı

(3. YARIYIL)

Ders Programı					
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
08:15 09:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	İş Sağlığı ve Güvenliği Öğr. Gör. Dr. Fevzi Yahşi	Diksiyon ve Sunum Teknikleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme
09:15 10:00	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılık Öğr. Gör. Kamil Alacalı	İş Sağlığı ve Güvenliği Öğr. Gör. Dr. Fevzi Yahşi	Diksiyon ve Sunum Teknikleri Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılık Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Etik Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Fotoğrafçılık Öğr. Gör. Yasemin Aktaş	Bağımsız Öğrenme
11:15 12:00	Bağımsız Öğrenme	Reklamcılık Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Etik Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Fotoğrafçılık Öğr. Gör. Yasemin Aktaş	Bağımsız Öğrenme
13:15 14:00	Halkla İlişkiler Kampanyaları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Siyasal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Tüketici Davranışları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Medya Okuryazarlığı Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme
14:15 15:00	Halkla İlişkiler Kampanyaları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Siyasal İletişim Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Tüketici Davranışları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Medya Okuryazarlığı Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme
15:15 16:00	Halkla İlişkiler Kampanyaları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Bağımsız Öğrenme	Tüketici Davranışları Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar	Medya Okuryazarlığı Öğr. Gör. Kamil Alacalı	Bağımsız Öğrenme
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı

(4. 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	Marka Yönetimi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Sosyal Medya Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme
10:15 11:00	Türkiye'nin Yönetim Yapısı Dr.Öğr.Üyesi Fevzi Yahşi 139	Marka Yönetimi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Sosyal Medya Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Bağımsız Öğrenme	Uluslararası Halkla İlişkiler Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139
11:15 12:00	Türkiye'nin Yönetim Yapısı Dr.Öğr.Üyesi Fevzi Yahşi 139	Marka Yönetimi Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Sosyal Medya Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Bağımsız Öğrenme	Uluslararası Halkla İlişkiler Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139
13:15 14:00	Reklamcılık Uygulamaları Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Bağımsız Öğrenme	Bilimsel Kültürel Etkinlik Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Çevre Koruma Öğr.Gör.Ömer Erol 139
14:15 15:00	Reklamcılık Uygulamaları Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Bağımsız Öğrenme	Bilimsel Kültürel Etkinlik Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Çevre Koruma Öğr.Gör.Ömer Erol 139
15:15 16:00	Reklamcılık Uygulamaları Dr.Öğr.Üyesi Serhat Bekar 139	Bağımsız Öğrenme	Girişimcilik Öğr.Gör. Ömer Erol 139	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr.Gör.Kamil Alacalı 139	Bağımsız Öğrenme
16:15 17:00	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme	Girişimcilik Öğr.Gör. Ömer Erol 139	Bağımsız Öğrenme	Bağımsız Öğrenme

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI

1. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

AlİT101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
Oda Numarası	Z/31
Ofis Saatleri	-
E-posta	izzetbahri.atesli@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 08.15-10.00
Derslik	UZEM
Dersin Amacı	Türkiye Cumhuriyeti devletinin kuruluş şartlarının ve özelliklerinin anlaşılabilmesi için; Türk milletini Kurtuluş Savaşı yapmak durumunda bırakan şartlarla, Kurtuluş Savaşının hangi şartlarda ve hangi ilkeler çerçevesinde gerçekleştiğini ve devletin hangi esaslar üzerine kurulduğunu kavratmak; böylece devletin kuruluş felsefesini bilen, devletin ve milletin temel değerlerine saygılı bireyler yetiştirmek
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin amacı ve kaynakları, Atatürk ilkeleri ve inkılap dersiyle ilgili temel kavramlar ve inkılâpçılık ilkesi Atatürk ilkeleri ve inkılâp tarihi-1 dersinde, Türk inkılabının oluş nedenlerini, nasıl geliştiğini ve dayandığı ilkelerin anlatılacağını ve tanıtılacağını kavrar. Atatürk ilkeleri ve inkılâp tarihi-1 dersinde başvurulacak kaynakların neler olduğunu bilir. İnkılâp kavramının ne anlama geldiğini kavrar. Devrim kavramının ne anlama geldiğini bilir. İhtilal kavramını tanımlayabilir. Evrin/tekâmül kavramlarının ne anlama geldiğini kavrar. İslahat/reform kavramlarının ne anlama geldiğini bilir. İsyan kavramının ne anlama geldiğini bilir. Darbe kavramını tanımlayabilir. İnkılap hareketlerinin aşamaları hakkında fikir sahibi olur. Türk inkılabının gelişim safhaları ve özelliklerini açıklayabilir. Atatürk inkılaplarının oluşmasında ortaya çıkan belirleyici etkenleri açıklayabilir. Cumhuriyet'in altı temel ilkesinden biri olan "İnkılapçılık" ilkesinin önemini, özelliklerini ve gerekliliğini kavrar. Osmanlıların gerilemesinin iç sebepleri Osmanlı Devleti'nin gerilemesinin en önemli sebeplerinden biri olan devlet yönetiminde meydana gelen problemlerin neler olduğunu bilir. Bu problemlerin devletin gerilemesine nasıl ve ne düzeyde etki ettiğini açıklayabilir. Osmanlı Devleti'nin toprak düzenini ve bu toprak düzeni üzerine temellendirilen ekonomik sistemi kavrar. Ekonomik sistemde meydana gelen bozulmaların, devletin gerilemesi üzerine etkilerini analitik bir şekilde değerlendirebilir. Osmanlı Devleti'nin eğitim sisteminin özelliklerini ve sistemin nasıl işlediğini bilir. Eğitim sistemindeki bozulmaların ne tür problemlere yol açtığını ve devletin gerilemesi üzerindeki önemli etkilerini açıklayabilir. Osmanlıların gerilemesinin dış sebepleri Osmanlı Devleti'nin gerilemesine neden olan sömürgeciliğin ne zaman ortaya çıktığını ve nasıl geliştiğini bilir. Sanayi devrimi'nin nasıl ve hangi koşullarda ortaya çıktığını, Osmanlı Devleti'nin gerilemesine nasıl etki ettiğini açıklayabilir.

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

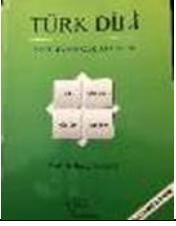
		Osmanlı Devleti'nin yıkılışı 2	
		Birinci Dünya Savaşı'nın ne zaman ve nasıl sona erdiğini bilir.	
		Savaş sonunda imzalanan antlaşmaları bilir.	
		Savaş sonunda Osmanlı Devleti ile imzalanan Mondros Mütarekesi'nin kapsamını ve önemini açıklayabilir.	
		Mondros Mütarekesi'nin nasıl uygulandığını ve İtilaf Devletlerinin Osmanlı Devleti'nin hangi bölgelerini işgal ettiğini bilir.	
		Mütareke sonrası Rumların, Ermenilerin ve Yahudilerin ülkedeki bölücü faaliyetlerini ve kurdukları örgütleri kavrar.	
		Milli mücadele 1	
		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 savunularca kurulan Milli Cemiyetlerin hangileri olduğunu, nerelerde ve hangi amaçlarla kurulduğunu açıklayabilir.	
		Kuva-yı Milliye'nin (Milli Kuvvetler) hangi koşullarda teşekkül ettiğini ve özelliklerini açıklayabilir.	
		Milli mücadele 2	
		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.	
		Milli mücadele 3	
		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.	
		Milli mücadele 4	
		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.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Oryantasyon	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
2	22-26.09.2025	Dersin amacı ve kaynakları, dersle ilgili temel kavramlar inkılâpçılık ilkesi	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
3	29.09-03.10.2025	Osmanlıların gerilemesinin iç sebepleri	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
4	06-10.10.2025	Osmanlıların gerilemesinin dış sebepleri	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
5	13-17.10.2025	Çağdaş dünyanın temel kavramları	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
6	20-24.10.2025	Osmanlı devletinde yenileşme hareketleri 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
7	27-31.10.2025	Osmanlı devletinde yenileşme hareketler 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
8	03-07.11.2025	Osmanlı devletinin son dönemindeki fikir akımları	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
08-16 Kasım 2025		Ara Sınav	

9	17-21.11.2025	Osmanlı devletinin yıkılışı 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
10	24-28.11.2025	Osmanlı devletinin yıkılışı 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
11	01-05.12.2025	Millî mücadele 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
12	08-12.12.2025	Millî mücadele 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
13	15-19.12.2025	Millî mücadele 3	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
14	22-26.12.2025	Millî mücadele 4	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		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.	
Örnek Sorular		1- 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 2- İlk posta teşkilatı hangi padişah döneminde oluşturulmuştur? a- III. Selim b- II. Mahmud c- II Abdülhamid d- I. Ahmet e- Abdülmecit 3- 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 4-“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 5- 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	
Cevap Anahtarı		1-e 2-b 3-b 4-c 5-a	
Kaynak Kitap/lar		 Sabri Zengin, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi, Taşhan Kitap, Tokat 2016. Sorumlu Olunan Sayfalar: Kitabın başından 154. sayfaya kadar.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi 1- Kemal Atatürk, <i>Nutuk</i> I-III, İstanbul 1993. 2- YÖK-Komisyon, <i>Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi</i> , Ankara 1989. 3- Komisyon, <i>Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I-II</i> , AAM, yay., Ankara 2002.			

TD101 Türk Dili-I

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

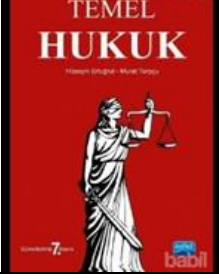
		Temel Öğeleri cümlede uygular ve örnekler.	
		Sözcük düzeyinde dil yanlışları	
		Sözcük düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir, örneklemeleri yapabilir.	
		Cümle düzeyinde dil yanlışları	
		Cümle düzeyinde dil yanlışlarını fark edebilir, örneklemeleri yapabilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Oryantasyon	
2	22-26.09.2025	Dersin amacı ve kaynakları ve dil kavramı	PY1-PY6-PY10
3	29.09-03.10.2025	Yapı ve köken bakımından diller ve Türkçe'nin dünya dilleri arasındaki yeri	PY1-PY6-PY10
4	06-10.10.2025	Dil-kültür ilişkisi, dilin toplum hayatındaki yeri	PY1-PY6-PY10
5	13-17.10.2025	Noktalama işaretleri	PY1-PY6-PY10
6	20-24.10.2025	Yazım kuralları	PY1-PY6-PY10
7	27-31.10.2025	Sözcükte anlam	PY1-PY6-PY10
8	03-07.11.2025	Cümlede anlam	PY1-PY6-PY10
08-16 Kasım 2025		Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Anlatım teknikleri	
10	24-28.11.2025	Resmi yazışmalar (Dilekçe, tutanak, rapor... vd.) 1	PY1-PY6-PY10
11	01-05.12.2025	Resmi yazışmalar (Resmi yazılar, sözleşme, vekâletname... vd.) 2	PY1-PY6-PY10
12	08-12.12.2025	Cümlelerin öğeleri	PY1-PY6-PY10
13	15-19.12.2025	Sözcük düzeyinde dil yanlışları	PY1-PY6-PY10
14	22-26.12.2025	Cümle düzeyinde dil yanlışları	PY1-PY6-PY10
29 Aralık 2025-8 Ocak 2026		Dönem Sonu Sınavı	
13-21 Ocak 2026		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. 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.	
Örnek Sorular		1-Dünyadaki dil adlarının millet adlarında türemiş olması aşağıdaki ilişkilerden hangisi için daha doğrudur? A) dil-kültür B) dil-ulus C) dil-toplum D) dil-çevre E) dil-düşünce 2-Yapma dillerin toplumda tutunamaması dilin daha çok hangi özelliğini gösterir? A) karmaşıklık B) gizlilik C) toplumsallık D) doğallık E) teknik 3-Aşağıdakilerin hangisi kaynakları bakımından dil ailelerine/gruplarına göre yanlış eşleştirilmiştir? A) İngilizce / Roman dilleri B) İbranice / Sami dilleri C) Almanca / Germen dilleri D) Sırpça/Slav dilleri E) Türkçe / Altay Dilleri 4- "Dil uzmanları, dilin bütün seslerini göstermek için ilave işaretleri de içine alan zenginleştirilmiş alfabe kullanırlar." Aşağıdakilerden hangisi bununla ilgilidir? A) Resmi alfabe B) Transkripsiyon alfabesi C) Latin alfabesi D) Mahalli alfabe E) Kiril alfabesi	

	5- “Bir dilin değişik bölgelerde, uzak zamanlarda ayrılmış, farklılıkları yazıya da geçirilmiş değişik biçimi” ifadesi hangisi için daha doğrudur? A) yazı dili B) ağız C) konuşma dili D) şive E) lehçe
Cevap Anahtarı	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 alfabesi, 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 biçimdir.
Kaynak Kitap/lar	 Prof. Dr. Hanifi Vural, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012 Birinci bölüm (sayfa, 11-31) İkinci bölüm (sayfa, 47-137)
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	1. Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999. 2. Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998. 3. Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011. 4. Faruk TOYDEMİR, Türk Dili-1 Ders Notları, Erbaa-2000 5.“Türkçe Sözlük”, TDK Yayınları, Ankara, 2013. 6. “Yazım Kılavuzu”, TDK Yayınları, Ankara, 2012. 7. Nihad Sami BANARLI; Türkçe'nin Sırları, Kubbealtı Neşriyatı, Ekim 2018-İSTANBUL.

HİT107 Genel Hukuk Bilgisi

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Durmuş Yakut Coşkun
Oda Numarası	207
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-posta	yakutcoskun@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 08.15-10.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Öğrencinin; kişisel ve sosyal hayatı ile ilgili hukuki hak ve sorumlulukları kavraması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 1
	Hukuk sistemlerini bilir.
	Türk hukuk sistemini bilir.
	Hukukun dalları ve kaynaklarını öğrenir.
	Hukuk sistemleri, Türk hukuk sistemi, hukukun dalları ve kaynakları 2
	Hukukun yaptırımlarını bilir.
	Hukukun yaptırımlarının nereden kullanılacağını öğrenir.
	Türk yargı sistemi, yargı kuruluşları ve dava türleri
	Türk yargı sistemini öğrenir.
	Yargı kuruluşları hangileri onları bilir.
	Dava türlerini öğrenir.
	Hangi durumda hangi hukuk davasının açılacağını bilir.
	Hukuki olaylar, ilişkiler, işlemler
	Hukuki olaylar hangisi bilir.
	Hukuki ilişkiler hangileri bilir.
	Hukuki işlemlerin unsurlarını bilir.
	Hukuki işlemlerin müeyyidelerini bilir.
	Kişilik kavramı, kişilerin sınıflandırılması ve ehliyet
	Kişilik kavramını bilir.
	Kişilerin nasıl sınıflandırılacağını bilir.
	Ehliyet nedir çeşitleri nelerdir bilir.
	Hak ve fiil ehliyeti ayrımını yapar.
	Miras kavramı ve mirasçılar
	Miras kavramı nedir bilir.
	Yasal ve atanmış mirasçılar hangileri bilir.
	Saklı pay nedir bilir.
	Mülkiyet hakkı, konusu, kapsamı ve türleri
	Mülkiyet hakkı nedir bilir.
	Bütünleyici parça ve eklenti bilir.
	Taşınır ve taşınmazlarda mülkiyet hakkı nasıl kazanılır bilir.
	Borç kavramı ve sözleşme türleri
	Borcun kaynakları nedir bilir.
	Borcun hüküm ve sonuçları hakkında bilgi sahibi olur.
	Borcun sona erme sebeplerini bilir.
	Ticaret hukuku – genel esaslar
	Ticari işletme hakkında bilgi sahibi olur.
	Tacir ve tacir yardımcılarını bilir.
	Ticari defterlerin hangileri olduğunu bilir.
	Kıymetli evrak hukuku
	Kıymetli evrak hakkında genel bilgi sahibi olur.
	Poliçe, bono ve çek nedir bilir.
	Kıymetli evrak nasıl devredilir bilir.

		Türk anayasa hukuku genel esaslar	
		Türk anayasal gelişmeler nelerdir öğrenir.	
		Tanzimat ve ıslahat fermanı önemli gelişmelerini bilir.	
		1921 ve 1924 anayasalar gelişmeleri bilir.	
		1961 ve 1982 anayasal gelişmeleri bilir.	
		Türk ceza hukuku genel esaslar	
		Ceza hukukunun kaynaklarını bilir.	
		Ceza sorumluluğunu kaldıran ve azaltan sebepler nelerdir bilir.	
		Suçun özel görünüş biçimlerini öğrenir.	
		Türk iş hukuku bireysel	
		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) Yasa c) Kanun Hükmünde Kararname d) Tüzük e) Yönetmelik 3-) Aşağıdakilerden hangisi hukukun yaptırımlarından biri değildir? a) Ceza b) Cebri (Zorla) İcra c) Tazminat d) Hükümsüzlük e) Geçersizlik
Cevap Anahtarı	1-d, 2-a, 3-e,
Kaynak Kitap/lar	 Temel Hukuk, Hüseyin Ertuğrul- Murat Turpçu, Nobel (2018 Yılı) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; I. Bölüm- XIII. Bölüm arası/ 3-209 arası
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Genel Hukuk Bilgisi, Kemal Gözler.

ENF100 Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Mehmet AYKAÇ
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-Posta	mehmetaykac@gmail.com
Ders Zamanı	Salı 10.15-12.00
Derslik	340 (Lab4)
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencilerin temel bilişim teknolojileri bilgisini kazanmalarını sağlamak, ofis ortamlarında yaygın olarak kullanılan ofis yazılımlarını etkin şekilde kullanarak belge hazırlama, tablo oluşturma ve veri düzenleme, sunum oluşturma ve iletişim araçlarını verimli kullanma becerisi kazandırmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin İzlenesi ve Tanıtımı
	Dersin amacı, hedefleri, içeriği, öğrenme çıktıları, öğretim yöntemleri, ölçme değerlendirme süreçleri ve kaynaklarını bilir.
	Bilişim Teknolojisi ve Temel Bileşenleri
	Bilişim teknolojilerinin tanımını yapar. Amaçlarını açıklar
	Bilişim teknolojilerinin Temel Bileşenlerini bilir
	Bilişim teknolojilerinin günlük yaşamdaki kullanım alanlarını ve gelişimiyle ortaya çıkan kavramları açıklar.
	Bilgisayar Kavramı ve bileşenleri
	Bilgisayarın tanımını yapar, Bilgisayar çeşitlerini açıklar
	Bilgisayar temel bileşenlerini bilir.
	Bilgisayar Donanım Birimleri
	Giriş birimlerini (Klavye, Fare, tarayıcı vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar.
	Çıkış birimlerini (Yazıcı, monitör, hoparlör vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar.
	İşlem birimlerini (CPU, anakart, ram vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar.
	Depolama birimlerini (HDD, SSD, USB vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar.
	İletişim birimleri (Modem, ağ kartı vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar.
	Destek birimlerini (Güç kaynağı, kasa, fan vb.) tanımlar, temel işlevlerini açıklar
	Bilgisayar Donanım birimlerini ayırt eder.
	Bilgisayar Yazılımları
	Yazılım kavramını tanımlar
	Yazılım türlerini (sistem, uygulama, programlama ve veri yazılımı) ayırt eder.
	Yazılımların işlevlerini açıklar.
	Ofis Yazılımları
	Temel ofis yazılımlarını bilir
	Temel ofis yazılımlarının işlevlerini açıklar (Word, Excel, PowerPoint, E-posta, Takvim, Veri Tabanı, Not Alma).
	Word Programı
	Word programının ekran yapısını, sekme, grup ve komut düğmelerini işlevleriyle birlikte tanımlar
	Word komutlarını ve kısayolları kullanarak belge hazırlar.
	Word Belgesi biçimlendirme ve düzenleme işlemleri yapar.
	Excel Programı
	Excel programının ekran yapısını ve temel komutlarını tanır, sekmeler ve işlevlerini açıklar.

		Excel komut düğmelerini ve kısayolları kullanarak tablo oluşturur, düzenleme ve biçimlendirme yapar.	
		Excel'de temel formülleri (otomatik toplam, tarih/saat, metin, mantıksal) uygular ve sonuçlarını yorumlar.	
		PowerPoint Programı	
		PowerPoint programında sunu oluşturur, komutları ve kısayolları kullanır,	
		Slaytlara animasyon ve geçiş efektleri ekler	
Hafta	Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15.09.2025	Dersin İzlenesi ve Oryantasyon eğitimi	PY5
2	22.09.2025	Bilişim Teknolojisi ve Temel Bileşenleri	PY5
3	29.09.2025	Bilgisayar Donanımı– 1 (Giriş ve Çıkış Birimleri)	PY5
4	6.10.2025	Bilgisayar Donanımı– 2 (İşlem, Depolama, İletişim ve destek birimleri)	PY5
5	13.10.2025	Yazılım ve Ofis Yazılımları	PY5
6	20.10.2025	Word Programı	PY5
7	27.10.2025	Word Programı	PY5
8	3.11.2025	Word Programı	PY5
Sınav	10.11.2025	Ara (Vize) Sınavı	
9	17.11.2025	PowerPoint Programı	PY5
10	24.11.2025	PowerPoint Programı	PY5
11	1.12.2025	Excel Programı	PY5
12	8.12.2025	Excel Programı	PY5
13	15.12.2025	Excel Programı	PY5
14	22.12.2025	Excel Programı	PY5
Sınav	29.12.2025	Dönem Sonu (Final) Sınavı	
Sınav	13.01.2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin Değerlendirmesi 100 puan üzerinden yapılacaktır. Geçme notu 100 puan üzerinden 60'tır. Geçme notu hesaplanırken, dönem içi değerlendirmesinin %40, Dönem Sonu değerlendirmesinin %60 alınacaktır. Dönem içi değerlendirmesinde bir "ara sınav", dönem sonu değerlendirmesinde ise bir "dönem sonu sınavı" yapılacaktır. Dönem İçi • Değerlendirme: 1 tane ara sınav (vize) yapılacak. • Sınav konu kapsamı: Dersin 1- 8 hafta arasındaki konular • Sınav şekli: Çoktan seçmeli test - 20 soru x 5 puan • Sınavın geçme notuna katkısı: %40 Dönem Sonu • Değerlendirme: 1 tane Dönem sonu (final) sınavı yapılacak. • Sınav konu kapsamı: Dersin 1-14 hafta arasındaki konular • Sınav şekli: Çoktan seçmeli test - 20 soru x 5 puan • Sınavın geçme notuna katkısı: %60	

Örnek Sorular	1. – Dersin İzlenesi Soru: Aşağıdakilerden hangisi “Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımları” dersinin amaçlarından biri değildir? A) Ofis yazılımlarını etkin şekilde kullanma becerisi kazandırmak B) Belge hazırlama, veri düzenleme ve sunum oluşturmayı öğretmek C) İletişim araçlarını verimli kullanmayı sağlamak D) Yazılım mühendisliği alanında ileri düzey kodlama eğitimi vermek E) Temel bilişim teknolojileri bilgisi kazandırmak 2. – Bilişim Teknolojisi ve Temel Bileşenleri Soru: Aşağıdakilerden hangisi bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan bir kavram değildir? A) Bulut bilişim B) Yapay zekâ C) Elektrik akımı D) Büyük veri E) Nesnelerin İnterneti 3. – Bilgisayar Kavramı Soru: Aşağıdakilerden hangisi bilgisayarın temel bileşenlerinden biri değildir? A) İşlemci B) Monitör C) Kasa D) Kalem E) Klavye 4. – Giriş ve Çıkış Birimleri Soru: Aşağıdakilerden hangisi bir çıkış birimidir? A) Fare B) Klavye C) Tarayıcı D) Yazıcı E) Mikrofon 5. – İşlem ve Depolama Birimleri Soru: Aşağıdakilerden hangisi bir işlem birimidir? A) RAM B) Hard disk C) CPU D) USB bellek E) Monitör 6. – İletişim ve Destek Birimleri Soru: Aşağıdakilerden hangisi bilgisayarda iletişim birimi olarak kullanılır? A) Güç kaynağı B) RAM C) Modem D) CPU E) Fan 7. – Yazılım Türleri ve Bileşenleri Soru: Aşağıdakilerden hangisi bir sistem yazılımı örneğidir? A) Microsoft Excel B) Adobe Photoshop C) Google Chrome D) Windows 11 E) Visual Studio 8. – Ofis Yazılım Paketleri Soru: Hangi yazılım veri tabanı oluşturmak için kullanılır?
---------------	---

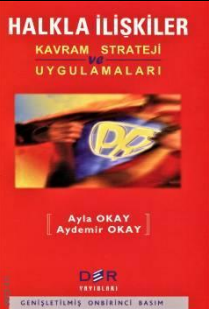
	A) Microsoft Word B) Microsoft PowerPoint C) Microsoft Access D) OneNote E) Excel 9. – Microsoft Word: Temel Özellikler Soru: “Ctrl + B” kısayolu ne işe yarar? A) Belgeyi kaydeder B) Metni kalın yapar C) Metni altı çizgili yapar D) Geri al E) Sayfa ekler 10. – Microsoft Word: Kullanımı Soru: Bir Word belgesinde sayfa numarası eklemek için hangi sekme kullanılır? A) Giriş B) Ekle C) Tasarım D) Görünüm E) Biçim 11. – Microsoft Excel: Temel Özellikler Soru: Excel'de bir hücreye veri girildiğinde, hangi tuşla hücre aşağıya geçer? A) Enter B) Tab C) Shift D) Ctrl E) Space 12. – Microsoft Excel: Kullanımı Soru: Excel’de bir hücredeki verileri silmek için hangi tuş kullanılır? A) Ctrl B) Enter C) Del D) Tab E) Alt 13. – Excel: Formül Kullanımı Soru: Aşağıdaki Excel fonksiyonlarından hangisi mantıksal işlem yapar? A) SAY B) TOPLA C) MAK D) EĞER E) METNEÇEVİR 14. – PowerPoint: Kullanımı Soru: Slaytlar arasında geçiş efekti eklemek için hangi sekme seçilir? A) Tasarım B) Animasyon C) Geçişler ☒ D) Ekle E) Görünüm Soru: PowerPoint programında sunuyu başlatmak için hangi kısayol tuşu kullanılır? A) Ctrl + P B) F5 C) Alt + F4 D) Ctrl + N E) Shift + S
Cevap Anahtarı	1-D ☒, 2-C ☒, 3-D ☒, 4-D ☒, 5-C ☒, 6-C ☒, 7-D ☒, 8-C ☒, 9-B ☒, 10-B ☒, 11-A ☒, 12-C ☒, 13-D ☒, 14-B ☒

Kaynak Kitap		Bilişim Teknolojileri ve Ofis Programları Ders Notları– Öğr. Gör. Mehmet AYKAÇ Yazar/Editör: Bilgi ve İletişim Teknolojileri Yazar: Hasan Çebi BAL Temel Bilgi Teknolojileri Yazar :Ayşegül KOÇ Ofis Programları Yazar: Osman Gürkan
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Bilgisayar Çalışma ortamı kılavuzu Yetişkin Teknoloji bağımlılığı kılavuzu Bilgi teknolojileri ve İnternetin bilinçli güvenli kullanımı Sosyal medya kullanım kılavuzu Dizüstü bilgisayar kullanım kılavuzu Masaüstü bilgisayar kullanım kılavuzu	

HİT119 Halkla İlişkiler

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil ALACALI
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Pazartesi 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13.15-15.00 / Çarşamba 15.15-17.00
Derslik	138
Dersin Amacı	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.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kavramsal çerçeve: halkla ilişkilerin tanımı ve genişleyen işlevi
	Halk ve ilişki kavramını tanıır.
	Halkla ilişkiler kavramını tanımlar.
	Halkla ilişkilerin doğuşu ve etkileyen çevresel etkenleri öğrenir.
	Komşu dallarla olan ilişkisini ve sınırlarını bilir.
	Halkla ilişkilere benzer kavramlar
	Tanıma kavramını bilir.
	İnsan ilişkileri kavramını tanıır.
	Pazarlama ve reklamcılık hakkında bilgi sahibi olur.
	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
	Halkla İlişkilerin farklı uygulama alanlarını öğrenir
	Halkla ilişkiler modelleri ve modellerin karakteristik özellikleri
	Basın ajansı modelini ve uygulamalarını bilir.
	Kamuoyu bilgilendirme modelini uygulamalarını öğrenir.
	Çift yönlü asimetrik halkla ilişkiler ve uygulamalarını tanıır.
	Çift yönlü simetrik halkla ilişkiler ve mükemmel halkla ilişkiler kavramlarını ve uygulamalarını bilir.
	Halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri
	Halkla ilişkiler uzmanının sahip olması gereken nitelikleri bilir.
	Halkla ilişkilerde ortam ve araçlar
	İç halkla İlişkilerde kullanılan araçları bilir.
	Dış halkla ilişkilerde kullanılan araçları bilir.
	Halkla ilişkilerin amacı ve ilkeleri
	Halkla ilişkilerin işletme ve toplum açısından amacını öğrenir.
	Halkla ilişkilerin temel ilkelerini öğrenir.
	Halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitle
	Özel işletme ve kamu kurumları için hedef kitle kavramını tanıır.
	Hedef kitle grupları ve hedef kitle seçimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Hedef kitlelere ulaşmak için gerekli eylem, iletişim planı hakkında bilgi sahibi olur.
	Spesifik hedef kitlelere ulaşmak için gerekli alt yapıyı hazırlar.
	Halkla ilişkiler süreci
	Sağlıklı bir halkla ilişkiler süreci yürütmek için gerekli aşamaları öğrenir.
	Araştırma ve planlama süreci hakkında bilgi sahibi olur.
	Uygulama ve değerlendirme süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Halkla ilişkiler uygulamalarında sosyal sorumluluk
	Sosyal sorumluluk kavramını tanıır.
	Sosyal sorumluluğun halkla ilişkiler açısından önemini bilir.
	Güncel sosyal sorumluluk uygulamalarını öğrenir.
	Sosyal sorumluluk uygulamalarını spesifik hedef kitlelere göre farklı uygulamalar yapmayı öğrenir.
	Halkla ilişkiler ve iletişim
	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.
		Dijital çağda halkla ilişkiler
		Dijital ve dijital çağ kavramlarını bilir.
		E sosyal sorumluluk -E halkla ilişkiler- kavramlarını öğrenir.
		Online itibar yönetimi sosyal medya, sosyal ağ kavramlarını bilir.
		Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar
		Kurum kimliğini oluşturan bileşenleri bilir.
		Kurum imajı kavramını ve oluşturan etmenleri bilir.
		Kurumsal itibar ve kriterlerini bilir.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15.09.2025	Oryantasyon haftası
2	22.09.2025	Kavramsal çerçeve: halkla ilişkilerin tanımı ve genişleyen işlevi
3	29.09.2025	Halkla İlişkilere benzer kavramlar
4	06.10.2025	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
5	13.10.2025	Halkla ilişkiler modelleri ve modellerin karakteristik özellikleri
6	20.10.2025	Halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri
7	27.10.2025	Halkla ilişkilerde ortam ve araçlar
8	03.11.2025	Halkla ilişkilerin amacı ve ilkeleri
		Ara Sınav
9	17.11.2025	Halkla İlişkiler uygulamalarında hedef kitle
10	24.11.2025	Halkla ilişkiler süreci
11	01.12.2025	Halkla ilişkiler uygulamalarında sosyal sorumluluk
12	08.12.2025	Halkla ilişkiler ve iletişim
13	15.12.2025	Dijital çağda halkla ilişkiler
14	22.12.2025	Kurumsal kimlik- kurum imajı- kurumsal itibar
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)
	Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Vize ve final notuna her ders sonrası yapılan kısa bilgi testi (quiz) % 40 etki edecektir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.
Örnek Sorular	1. Halkla ilişkilerin temel amacı aşağıdakilerden hangisidir? A) Sadece reklam yapmak B) Kurumla hedef kitle arasında karşılıklı anlayış ve güven sağlamak C) Ürün satışlarını artırmak D) Rakipleri kötülemek E) Kamuoyunu yanıltmak Cevap: B 2. Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerde kullanılan araçlardan biri değildir? A) Basın bültenleri B) Sosyal medya C) Broşür ve afişler	

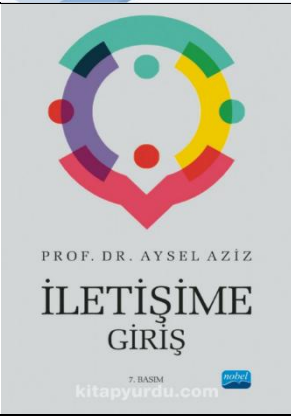
	D) Dedikodu ve söylenti E) Basın toplantıları Cevap: D 3. Halkla ilişkiler uzmanının sahip olması gereken nitelikler arasında aşağıdakilerden hangisi bulunmaz? A) Etkili iletişim kurma becerisi B) Kriz anında soğukkanlı davranabilme C) Analitik düşünme yeteneği D) Kamuoyu araştırmalarını yorumlayabilme E) Tarafsızlık yerine önyargılı olma ✓ Cevap: E 4. Grunig ve Hunt'ın geliştirdiği halkla ilişkiler modellerinden "Çift yönlü simetrik model" in özelliği aşağıdakilerden hangisidir? A) Kurumun tek taraflı mesaj iletmesi B) Kamuoyunu ikna ederek yönlendirme C) Kurum ile hedef kitle arasında karşılıklı iletişim ve anlayış geliştirme ✓ D) Reklam ve tanıtım çalışmalarını esas alma E) Krizleri görmezden gelme Cevap: C 5. Dijital çağda halkla ilişkiler uygulamalarında öne çıkan unsur aşağıdakilerden hangisidir? A) Sadece geleneksel medya kullanımı B) İletişimin tek taraflı olması C) Sosyal medya ve çevrimiçi etkileşim ✓ D) Bilgi akışının sınırlı tutulması E) Kamuoyu ile iletişimin gecikmeli kurulması Cevap: C
Kaynak Kitap	 Halkla İlişkiler Kavram ve Strateji Uygulamaları, Prof. Dr. Ayla Okay, Prof. Dr. Aydemir Okay.
Ek Kaynak Kitaplar	 Halkla İlişkilerden Stratejik Halkla İlişkilere, Doç. Dr. Çiğdem Karakaya Şatır.

HİT121 İletişime Giriş

Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR		
Oda Numarası	125		
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00		
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Pazartesi 09.15-12.00		
Derslik	138		
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere iletişimin temel kavramları, modelleri, türleri, süreçleri ve toplumsal yaşamdaki işlevlerini teorik ve uygulamalı olarak kazandırmayı amaçlar.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	İletişim kavramı ve süreci		
	İletişimi tanımlar.		
	Temel unsurlarını açıklar.		
	Dil, kültür ve iletişim		
	Dilin iletişimdeki rolünü açıklar.		
	Kültür ile ilişkisini belirtir.		
	İletişim modelleri		
	Temel modelleri sıralar.		
	Farklı bir model örneği gösterir.		
	İletişim türleri		
	Farklı iletişim türlerini tanıır.		
	En sık kullandığı türü söyler.		
	Kişilerarası iletişim		
	Kişilerarası iletişimi açıklar.		
	Günlük hayatta örnek verir.		
	Kurum içi iletişim		
	Kurum içi iletişim nedir açıklar.		
	Basit bir örnek verir.		
	Kitle iletişim araçları ve türleri		
	Kitle iletişim aracını tanıır.		
	Bir örnek verir.		
	Kurumsal iletişim		
	Kurumsal iletişimi tanımlar.		
	Bir kurum örneği verir.		
	İletişim ve halkla ilişkiler		
	Halkla ilişkilerde iletişimi açıklar.		
	Günlük hayattan örnek bulur.		
	Siyasal iletişim		
	Siyasal iletişimi tanımlar.		
	Temel aktörü söyler.		
	Medya okuryazarlığı		
	Medya okuryazarlığını tanımlar.		
	Bir medya örneği verir.		
	Uluslararası iletişim		
	Uluslararası iletişimi tanımlar.		
	Bir ülke örneği verir.		
	Yeni iletişim teknolojileri		
	Yeni iletişim teknolojisini tanıır.		
	En sık kullandığı teknolojiyi söyler.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları		İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Oryantasyon	-
2	22-26.09.2025	İletişim kavramı ve süreci	PY1

3	29.09-03.10.2025	Dil, kültür ve iletişim	PY1
4	06-10.10.2025	İletişim modelleri	PY1
5	13-17.10.2025	İletişim türleri	PY1
6	20-24.10.2025	Kişilerarası iletişim	PY6
7	27-31.10.2025	Kurum içi iletişim	PY6
8	03-07.11.2025	Kitle iletişim araçları ve türleri	PY12
	08-16 Kasım 2025	Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Kurumsal iletişim	PY6
10	24-28.11.2025	İletişim ve halkla ilişkiler	PY16
11	01-05.12.2025	Siyasal iletişim	PY17
12	08-12.12.2025	Medya okuryazarlığı	PY12
13	15-19.12.2025	Uluslararası iletişim	PY11
14	22-26.12.2025	Yeni iletişim teknolojileri	PY3
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize (sınav %30 + ödev %10) %40, final (yazılı sınav %30 + uygulama %30) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular		1. İletişim kavramı hangi temel unsurlardan oluşur? (20 P) 2. Dil ve kültür, iletişim sürecinde nasıl bir rol oynar? (20 P) 3. İletişim modelleri neden önemlidir? (20 P) 4. Kitle iletişim araçlarının toplumsal hayattaki rolü nedir? (20 P) 5. İletişimde etik neden gereklidir? (20 P)	
Cevap Anahtarı		1. İletişim süreci; kaynak (gönderici), mesaj, kanal, alıcı (hedef), gürültü ve geribildirim olmak üzere altı temel unsurdan oluşur. • Kaynak, iletişimi başlatan, iletmek istediği duygu, düşünce veya bilgiyi ortaya koyan kişi veya kuruluştur. • Mesaj, kaynağın alıcıya iletmek istediği içerik ya da bilgidir; anlamlı, açık ve anlaşılır olmalıdır. • Kanal, mesajın iletilmesinde kullanılan yol veya araçtır (örneğin; konuşma, yazı, görsel, telefon, televizyon, internet). • Alıcı, mesajı alan, yorumlayan ve ona anlam yükleyen kişidir. • Gürültü, iletişim sırasında anlamı bozabilecek her türlü fiziksel, psikolojik, semantik veya fizyolojik engeldir. Gürültü, iletişimin kalitesini ve doğruluğunu olumsuz etkileyebilir. • Geribildirim ise alıcının mesajı aldıktan sonra kaynağa verdiği tepki ya da dönüttür ve iletişimin devamlılığı ile sağlıklı olmasında kritik bir rol oynar. Bütün bu unsurlar arasındaki ilişki ve etkileşim, iletişimin etkinliğini ve kalitesini belirler. İletişim süreci doğrusal değil; çok boyutlu, dinamik ve karşılıklı etkileşimlere açıktır. 2. Dil ve kültür, iletişim sürecinin hem aracı hem de belirleyicisi konumundadır. Dil, düşünce ve duygularımızı başkalarına aktarmamıza olanak tanıyan en temel sembolik sistemdir. Fakat dilin kullanımı ve anlamlandırılması, her toplumun kültürel kodlarına ve toplumsal değerlerine göre farklılık gösterir. Kültür, ortak semboller, değerler, inançlar ve davranış biçimleri üzerinden toplumsal iletişimi düzenler; dil ise bu kültürel kodların iletilmesinde ve yeniden üretilmesinde anahtardır. Bir toplumda anlamlı ve geçerli olan kelime, deyim ya da jestler, başka bir kültürde tamamen farklı veya anlamsız olabilir. Bu nedenle etkili iletişim için yalnızca dili doğru kullanmak yetmez; iletişimin gerçekleştiği kültürel	

	bağlamı ve kültürel farklılıkları anlamak da gerekir. Dil ve kültür ilişkisi, özellikle kültürlerarası iletişimde ortaya çıkan yanlış anlamalar, stereotipler ve iletişim çatışmaları açısından önemlidir. Bu nedenle iletişimcinin kültürel farkındalığı yüksek olmalı ve mesajlarını, bulunduğu kültürel ortama göre uyarlayabilmelidir. 3. İletişim modelleri, karmaşık iletişim süreçlerini daha anlaşılır ve sistematik şekilde açıklamak, analiz etmek ve değerlendirmek için kullanılır. Modeller, iletişimde yer alan unsurların birbirleriyle ilişkisini şematik olarak göstererek, iletişimde neyin, nasıl ve neden işlediğini anlamamıza yardımcı olur. Örneğin, Shannon ve Weaver'ın Matematiksel Modeli, iletişimi teknik bir süreç olarak ele alır; kaynak, mesaj, kodlama, kanal, alıcı, kod açma ve gürültü gibi aşamaları içerir. Bu model sayesinde, bir mesajın gönderilmesiyle alınması arasındaki teknik engeller (örneğin gürültü) daha net analiz edilebilir ve iletişimde tıkanma yaşanırsa problemin hangi aşamada ortaya çıktığı tespit edilebilir. Bunun yanında, farklı modeller (ör. Osgood-Schramm'ın dairesel modeli) iletişimin tek yönlü değil, karşılıklı ve geri bildirimli olduğunu vurgular. Modeller, uygulamada iletişim planlarının hazırlanmasında, eğitimde, medya analizlerinde ve kişilerarası iletişimde süreçlerin çözülmesinde vazgeçilmez araçlardır. Ayrıca iletişimde olası aksaklıkların tespiti ve düzeltilmesinde de pratik katkı sağlar. 4. Kitle iletişim araçları (gazete, televizyon, radyo, internet, sosyal medya) toplumsal hayatta bilgi akışını hızlandıran, haber, eğlence, eğitim ve kamuoyu oluşturma gibi işlevleriyle bireyleri ve toplumu etkileyen en önemli mekanizmalardandır. Bu araçlar; toplumda güncel olaylar hakkında farkındalık yaratır, bireyler arasında ortak bilgi ve deneyim alanı oluşturur, kültürel değerlerin yayılmasını ve toplumsal normların güçlenmesini sağlar. Aynı zamanda, siyasi süreçlerde seçmen davranışlarını, kamu politikalarını ve toplumsal hareketleri yönlendirebilir. Kitle iletişim araçları sayesinde insanlar, yalnızca kendi çevrelerinden değil, dünyanın dört bir yanından haberdar olabilmekte ve küresel bir bilgi toplumu oluşmaktadır. Bunun yanında, kitle iletişim araçlarının yanlış bilgi, manipülasyon veya tek taraflı içeriklerle toplumu olumsuz etkileme riski de vardır. Bu nedenle medya okuryazarlığı günümüzde büyük önem kazanmıştır. Sonuç olarak, kitle iletişim araçları toplumsal değişimin hem tetikleyicisi hem de aynasıdır. 5. Etik, iletişimde doğruluk, şeffaflık, saygı ve toplumsal sorumluluk gibi temel ilkelerin korunmasını ve uygulanmasını sağlar. İletişimde etik ilkelere uymak, hem gönderici hem de alıcı açısından güven inşa eder, iletişimin sağlıklı ve adil bir ortamda gerçekleşmesini mümkün kılar. Eğer iletişimde etik ilkeler ihlal edilirse (örneğin yalan söylemek, manipüle etmek, bilgi saklamak, ayrımcı veya saldırgan ifadeler kullanmak), bu durum hem kişilerarası ilişkilerde hem de kurumsal ve toplumsal düzeyde ciddi sorunlara yol açar. Güven kaybı, yanlış yönlendirme, toplumsal kutuplaşma ve hatta şiddet içeren çatışmalar ortaya çıkabilir. Ayrıca, günümüz dijital çağında yanlış bilgi ve dezenformasyonun hızla yayılması, iletişimde etik sorumluluğun daha da önemli hale gelmesine yol açmıştır. Sonuç olarak, iletişimde etik, bireyler arası ilişkilerde ve toplumsal barışta temel belirleyicidir; iletişimin niteliğini ve topluma olan katkısını doğrudan etkiler. Her iletişimci, aktardığı mesajın sonuçlarını ve toplumsal etkilerini de göz önünde bulundurmakla yükümlüdür.
--	--

Kaynak Kitap/lar		Akbulut, E. (Ed.). (2016). <i>İletişime giriş</i>. Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayını.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Aziz, A. (2023). <i>İletişime giriş</i> (6. baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.

HİT123 Genel İşletme

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Ömer Erol
Oda Numarası	226
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	omer.erol@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 13.15-16.00
Derslik	138
Dersin Amacı	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.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İşletmeciliğin genel esasları ve genel işletmecilik bilgileri
	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 çıktıları değerlendirir.
	İşletme ilkelerini açıklayabilir.
	İşletmelerin hukuki yapıları
	İşletmeleri hukuki yapılarına göre ayrıma tabii tutabilir.
	Kişî işletmelerini açıklayabilir.
	Sermaye şirketlerini ve özelliklerini ifade edebilir.
	Sermaye şirketleri ile kişî işletmelerinin farklılıklarını açıklayabilir.
	Kooperatif işletmelerin açıklayabilir.
	Kooperatiflerin ekonomik kalkınmadaki yerini kavrayabilir.
	Vakıf ve deneklerin hukuken işletmecilik yapma konusundaki durumları ifade edebilir.
	İşletmelerin bölümlendirilmesi
	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.
	İşletmelerin çevresi
	İşletmeyi çevreleyen unsurları ayrıma tabii tutabilir.
	Beşeri ve fiziki çevre unsuru ayrımı yapabilir.
	İç ve dış çevre ayrımı yapabilecektir.
	İşletmenin yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çevresini ifade edebilir.
	İşletmelerin amaçları
	İşletmenin amaçlarının özelliklerini kavrar.
	Genel amaçlar ve özel amaçlar şeklinde ayrım 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.
	İşletmenin fonksiyonları
	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.
		İşletmenin kuruluş analizi ve planlama çalışmaları
		İşletme kurma çalışmalarını kavrar.
		İşletme kurma nedenlerini öğrenmiş olacaktır.
		İşletme kurma çalışmasını 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.
		Bir işletmenin yatırım kararını vermesi ve yatırımı gerçekleştirme
		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.
		İşletmelerde büyüklük kavramı ve kapasite kapsamı
		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.
		İşletmeler arası anlaşmalar ve birleşmeler
		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.
		Çokuluslu işletmeler
		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 anlaşılmış olacaktır.
		İşletmelerde teknolojinin önemi
		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 anlaşılmıştır.
		Yenilik ve teknoloji ilişkisi
		Yenilik (inovasyon) öğrenilmiştir. Teknoloji ilişkisi ifade edilebilir düzeyde anlaşılmıştır.
		Teknolojik gelişme ve yeniliklerin büyüme üzerine etkisi öğrenilmiştir.
		Örnek iş planı ve uygulama
		İşletme kuruluşu örnekleri 1
		İşletme kuruluşu örnekleri 2
		İşletme kuruluşu örnekleri 3
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 15-19.09.2025	Oryantasyon	
2 22-26.09.2025	İşletmeciliğin genel esasları	PY1
3 29.09-03.10.2025	İşletmelerin hukuki yapıları	PY5
4 06-10.10.2025	İşletmelerin bölümlendirilmesi	PY4
5 13-17.10.2025	İşletmelerin çevresi	PY1

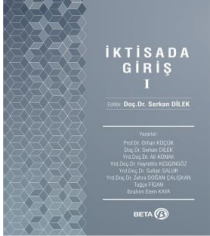
6	20-24.10.2025	İşletmelerin amaçları	PY4
7	27-31.10.2025	İşletmenin fonksiyonları	PY5
8	03-07.11.2025	İşletmenin kuruluş analizi ve planlama çalışmaları	PY5
	08-16 Kasım 2025	Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Bir işletmenin yatırım kararını vermesi ve yatırımı gerçekleştirme	PY3
10	24-28.11.2025	İşletmeler arası anlaşmalar ve birleşmeler	PY1
11	01-05.12.2025	Çokuluslu işletmeler	PY5
12	08-12.12.2025	İşletmelerde teknolojinin önemi	PY1
13	15-19.12.2025	Yenilik ve teknoloji ilişkisi	PY1
14	22-26.12.2025	Örnek iş planı ve uygulama	PY1
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan yazılı sınav bir vize bir final ve bir uygulama çalışması aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalin ortalamaya katkısı %40, projenin %20'dir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1-Girişimci olma nedenleri içerisinde aşağıdakilerden hangisi yer almaz. a-Kar elde etme isteği b-Bağımsız çalışma isteği c-Kişisel tatmin etme isteği d-Mutsuz olma isteği e-Şıklardan hepsi girişimci olma nedenlerindendir. 2-Girişimciliğin başlıca kolaylıklarından söz edecek olursak; günlük yüksek tempoda çalışma, mal varlığının risk altına alınması, uzun süre mali sıkıntı çekebilme gibi karşılaşılabilecek bir çok sorunun bulunmasıdır. a-Doğru b-Yanlış 3-"Küçük ihtimalle büyük kazan büyük ihtimalle de küçük kayıp" mantığına göre uygulanan ve girişimci için önemli bir sermaye desteği sağlayan yöntem aşağıdakilerden hangisidir. a-Kartel b-Centilmenlik Anlaşması c-Tröst d-Risk sermayesi e-Dış kaynak kullanımı 4-Risk sermayesi fonunu oluşturanlar içerisinde hangisi yer almaz. a-Şahıslar b-Şirketler c-Bankalar d-Sosyal güvenlik fonları e-Tüketiciler 5- Hangisi işletme büyüklüğünde niteliksel bir ölçü sayılır. a-Sermaye miktarı b-Çalışan sayısı c-Satışlar miktarı d- Üretim kapasitesi e- Pazarlık gücü 6-Çalışma süresi işletmenin kapasitesinin belirlenmesinde önemli etkenlerden birisi olup; vardiya sayısının artırılması kapasite kullanımını artırırken tersi durum kapasite kullanımını azaltmaktadır. a-Doğru b-Yanlış	
Cevap Anahtarı		1-d 2-b 3-d 4-e 5-e 6-a	

Kaynak Kitap/lar	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	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

HİT125 Ekonomi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Fuat Ferit Yazar
Oda Numarası	225
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-posta	fuatferit.yazar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15-15.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Bu ders ile öğrencinin; ekonomi ile ilgili bilgi kazanması ve beceri geliştirmesi amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Ekonomiye giriş
	Öğrenci ekonominin tanımını yapabilir.
	Ekonomi ile ilgili temel sorunları öğrenir.
	Ekonomi politikasının temel hedefleri konusunda bilgi edinir.
	Sosyal bir bilim olarak ekonominin tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Temel ekonomik kavramlar
	Gelir dağılımı, büyüme gibi kavramlar hakkında bilgi sahibi olur.
	İç ve dış borçlar, fiyat istikrarı gibi konuların ne anlama geldiği hakkında bilgi sahibi olur.
	Üretim faktörlerinin ne anlama geldiği hakkında bilgi sahibi olur.
	Ekonomik sistemlerin ne demek olduğunu öğrenir.
	Piyasa ekonomisine genel bakış
	Piyasa ekonomisinin gelişim hakkında bilgi sahibi olur.
	Ekonomide karar vericilerin kimler olduğu hakkında bilgi sahibi olur.
	Ekonomik faaliyetlerin döngüsel akımı tablosunu öğrenir.
	Mikro ve makro ekonomi ayırımını yapabilir.
	Üretim faktörleri
	Üretim faktörlerini tanımlayabilir.
	Üretim faktörlerinin üretimden elde ettiği kazanımları bilir.
	Tüketim, fayda ve değer kavramlarını öğrenir.
	İşbölümü ve uzmanlaşma hakkında bilgi sahibidir.
	Fırsat maliyetleri
	Kıtlık kanunu öğrenir.
	Kıt kaynaklar hakkında bilgi sahibi olur.
	Alternatif maliyetler hakkında bilgi sahibi olur.
	Üretim kararlarında alternatif maliyet ne anlama geldiğini bilir.
	Fiyat mekanizması
	Ekonomide talep hakkında bilgi sahibidir.
	Talep edilen miktarı nelerin belirlediğini öğrenir.
	Talep ile fiyat arasındaki ilişkiyi öğrenir.
	Arzın tanımını yapar.
	Arz miktarı ile fiyat arasındaki ilişkiyi kurabilir.
	Denge piyasa fiyatını ve fiyattaki değişimleri öğrenir.
	Arz ve talep esneklikleri
	Talebin fiyat esnekliğinin ne anlama geldiğini bilir.
	Talebin fiyat esnekliğini neler belirlediğini öğrenir.
	Arzın fiyat esnekliği ne anlama geldiğini bilir.
	Arzın fiyat esnekliğini neler belirlediğini öğrenir.
	Devletin fiyat kontrol mekanizması
	Tavan fiyat uygulamasının ne anlama geldiğini bilir.
	Karaborsa fiyatının ne demek olduğunu bilir.
	Taban fiyat uygulaması hakkında bilgi sahibi olur.

		Tarımsal ürünler ve emek için taban fiyat uygulaması hakkında bilgi sahibi olur.	
		Tüketici davranışı teorisi	
		Piyasa ekonomisinin nasıl çalıştığını anlayabilmek için tüketici ve firma davranışlarını öğrenir.	
		Marjinal fayda ve tüketici dengesini öğrenir.	
		Toplam fayda ve marjinal fayda kavramlarını öğrenir.	
		Azalan marjinal fayda kanunu öğrenir.	
		Fayda maksimizasyonu kuralını öğrenir.	
		Değer paradoksunun ne anlama geldiğini öğrenir.	
		Tam rekabet piyasası	
		Tam rekabet piyasasının özelliklerini öğrenir.	
		Tam rekabet piyasasında firmaların kısa dönem dengesini öğrenir.	
		Tam rekabet piyasası ve firma hakkında bilgi sahibi olur.	
		Firmanın uzun dönem dengesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Monopol ve oligopol piyasaları	
		Monopol piyasalarının tanımını yapabilir.	
		Monopol piyasalarında doğal ve yasal kısıtlamaları öğrenir.	
		Monopolde kısa dönemde denge fiyatı ve miktarı hakkında bilgi sahibi olur.	
		Monopol piyasası ile ilgili eleştirileri bilir.	
		Oligopol piyasaları hakkında bilgi sahibi olur.	
		Oligopol piyasalarının başlıca özelliklerini öğrenir.	
		Ekonomik hedefler ve sistemler	
		Kaynakların tam kullanım sorunu hakkında bilgi sahibi olur.	
		Üretimin kimler için yapıldığını bilir.	
		Üretimin hangi yöntemlerle yapıldığını bilir	
		Hangi malların ne kadar üretileceğini bilir.	
		Ekonomik kalkınma ve büyüme	
		Ekonomik kalkınma hakkında bilgi sahibi olur.	
		Ekonomik büyümenin ne anlama geldiğini bilir.	
		Büyüme ile ilgili temel kavramları öğrenir.	
		Milli gelir kavramını öğrenir.	
	Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Oryantasyon	PY16
2	22-26.09.2025	Ekonomiye giriş	PY16
3	29.09-03.10.2025	Temel ekonomik kavramlar	PY16
4	06-10.10.2025	Piyasa ekonomisine genel bakış	PY16
5	13-17.10.2025	Üretim faktörleri	PY16
6	20-24.10.2025	Fırsat maliyetleri	PY16
7	27-31.10.2025	Fiyat mekanizması	PY16
8	03-07.11.2025	Arz ve talep esneklikleri	PY16
	08-16 Kasım 2025	Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Devletin fiyat kontrol mekanizması	PY16
10	24-28.11.2025	Tüketici davranışı teorisi	PY16
11	01-05.12.2025	Tam rekabet piyasası	PY16
12	08-12.12.2025	Monopol ve oligopol piyasaları	PY16
13	15-19.12.2025	Ekonomik hedefler ve sistemler	PY16
14	22-26.12.2025	Ekonomik kalkınma ve büyüme	PY16
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1-Aşağıdakilerden hangisi üretim faktörlerinden birisi değildir? (5 Puan)	

	A)Sermaye B)Faiz C)Girişimci D)Emek E)Doğal kaynaklar 2-Karşılandığı zaman insana haz veren, karşılanmadığı zaman ise üzüntü veren duygulara verilen ad aşağıdakilerden hangisidir? (5 Puan) A)Arz B)İhtiyaç C)Üretim malı D)Rant E)Özel yaşamın gizliliği 3-Aşağıdakilerde hangisi ikame mallara örnek olarak verilebilir? (5 Puan) A)Benzin-otomobil B)Dolma kalem-mürekkep C)Tere yağ-margarin D)Tahta -tebeşir E)Çay-şeker 4- Aşağıdakilerden hangisi dayanıksız mala örnek olarak gösterilebilir? (5 Puan) A)Otomobil B)Buzdolabı C)Mum D)Ayakkabı E)Televizyon 5-Kıt kaynaklarla sonsuz ihtiyaçları gidermeye yönelik çalışmaların yürütüldüğü bilim aşağıdakilerden hangisidir? (5 Puan) A)Kıtlık B)Tüketim C)İşletme D)İktisat E)Maliye
Cevap Anahtarı	1-B, 2-B, 3-C, 4-C, 5-D
Kaynak Kitap/lar	 İktisada Giriş-1 DİLEK, Serkan/Yazar, Beta Yayınevi (2017) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1-12 .bölüm arası
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Ekonomi-1, Topoğlu, Emre, Nobel Yayınları (2011)

İNG101 İngilizce I

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Rabia Alkan
Oda Numarası	-
Ofis Saatleri	-
E-posta	rabia.alkan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 10.15-12.00
Derslik	238
Dersin Amacı	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members
	Kişi zamirlerini öğrenir ve özneler 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.
	Numbers, days and months
	Sayıları öğrendiğinde yaşını ifade edebilir. Günleri ve ayları öğrendiğinde kurabildiği cümle çeşitliliğini artırır.
	Countries
	Ülkelerin öğrenimi ile beraber Yes/No sorusu ile sınıf içi çalışma yapar.
	Ülkeleri içeren metni okuyup cevaplandırabilir.
	Prepositions
	Günlük ihtiyacı olan nesnelerin İngilizcesini öğrenir ve kullanır.
	Nesnelerin konumunu anlatabilmek için yer edatlarını kullanır.
	Yer edatları ile sınıf içi soru- cevap çalışmaları yapar.
	A / An & plural nouns
	Tekil nesnelerin kullanımında a / an farklılığını öğrenir.
	Birden fazla nesne ifade ederken kelime çoğul yapabilir.
	The simple present tense I (I / you / we / they)
	Geniş zamanda I, you, we ve they özneleri ile olumlu cümle yapabilir.
	Fiil öğrenimini genişleterek daha fazla fiilde cümle kullanmayı deneyimler.
	Özneleri kullanarak negatif ve yes/ no soru cümleleri oluşturur.
	“Wh-” questions
	What, Where, When, How gibi soru kelimelerini öğrenir.
	Present simple tense II
	Geniş zamanda üçüncü tekil şahıs özneleri ile olumlu cümle yapabilir.
	Özneleri kullanarak negatif ve soru cümleleri oluşturur.
	Daily activities
	Günlük aktivitelerle ilgili gerekli kelime öğretiminden sonra kendisi ile ilgili cümle kurar.
	Boş zaman aktivitelerini içeren bir metin yazabilir.
	Jobs and related verbs
	Meslekleri ve ilişkili fiilleri öğrenir.
	Meslekleri içeren metni okuyup metne ait soruları cevaplayabilir.
	Adjectives
	Sıfatları öğrenerek daha uzun cümle kurabilir.
	Parts of the body & have got / has got
	Vücudunun bölümlerini öğrenir.
	Have got ve has got yapısını kullanarak kendini anlatır.
	Günlük diyalog çalışması yapabilir.

		Activities with –ing & like + verbing	
		Boş zaman aktivitelerini doğru cümle kalıpları ile ifade eder.	
		Yapmayı sevdiği aktiviteleri ifade ederken fiile –ing eklemeyi öğrenir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Oryantasyon	
2	22-26.09.2025	Verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members	PY15-PY19
3	29.09-03.10.2025	Numbers, days and months	PY15-PY19
4	06-10.10.2025	Countries	PY15-PY19
5	13-17.10.2025	Prepositions	PY15-PY19
6	20-24.10.2025	A / An & plural nouns	PY15-PY19
7	27-31.10.2025	The simple present tense I (I / you / we / they)	PY15-PY19
8	03-07.11.2025	“Wh-” questions	PY15-PY19
08-16 Kasım 2025		Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Present simple tense II	PY15-PY19
10	24-28.11.2025	Daily activities	PY15-PY19
11	01-05.12.2025	Jobs and related verbs	PY15-PY19
12	08-12.12.2025	Adjectives	PY15-PY19
13	15-19.12.2025	Parts of the body & have got / has got	PY15-PY19
14	22-26.12.2025	Activities with –ing & like + verbing	PY15-PY19
29 Aralık 2025-8 Ocak 2026		Dönem Sonu Sınavı	
13-21 Ocak 2026		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. 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? 2. Ayşe _____ a doctor. _____ works in a hospital. a) is / He b) is / She c) are / He d) are / She 3. Ahmet is my friend. _____ school is in the city centre. a) His b) Her c) He d) She 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? 5. A: _____ is your brother? B: He's 20 years old. a) What b) How c) Where d) What years	
Cevap Anahtarı		1-a , 2-b , 3-a , 4-a , 5- b	

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

1. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

AlİT102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. İzzet Bahri Ateşli
Oda Numarası	Z/31
Ofis Saatleri	-
E-posta	izzetbahri.atesli@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 08.15-10.00
Derslik	Çevrimiçi
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	Milli mücadele
	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.
	Milli mücadele savaşını bitiren anlaşmalar
	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.
	Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu
	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.
	Cumhuriyetin demokratikleşmesi
	Cumhuriyetin ilk yıllarında çok partili hayata geçiş denemeleri ve sonuçlarını değerlendirir.
	Atatürk'ün çok partili siyasî hayata verdiği önemi kavrar.
	Cumhuriyetin laikleşmesi
	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.
	Milliyetçilik ilkesi
	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
	Devletçilik ilkesi
	Ekonomi alanında yapılan inkılapları değerlendirir.
	Planlı kalkınmanın cumhuriyet Türkiye'sinin kuruluş sürecine yaptığı katkıları anlar.
	Devletçilik ilkesini analiz eder.
	Türk tarihinin anayasaları ve özellikleri

	Osmanlıdan cumhuriyete anayasal sürecin gelişimini analiz eder.
	Cumhuriyet dönemi anayasalarının özelliklerini kavrar.
	Anayasaları ortaya çıkaran siyasi ve sosyal şartları değerlendirir.
	Toplumsal, kültürel ve eğitim alanlarında yapılan inkılaplar
	Toplumsal yaşamın düzenlenmesi amacıyla gerçekleştirilen inkılapları açıklar.
	Türk eğitim sisteminin hedef ve özelliklerini kavrar.
	Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikası
	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.
	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 1
	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.
	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 2
	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.
	Jeopolitik kavramı, unsurları ve Türkiye'nin jeopolitik önemi
	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.

10	22.04.2026	Toplumsal, kültürel ve eğitim alanlarında yapılan inkılaplar	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
11	29.04.2026	Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikası	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
12	06.05.2026	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 1	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
13	13.05.2026	Türkiye'nin yakın siyasi hayatı ve gelişmeleri 2	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
14	20.05.2026	Jeopolitik kavramı, unsurları ve Türkiye'nin jeopolitik önemi	PY3-PY9-PY11-PY14-PY15
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, ders notları ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak test sorularından oluşan bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1) Kurtuluş Savaşı'nda, - Birinci İnönü Zaferi'nden sonra Anlaşma Devletlerinin Londra'da konferans düzenlemesi ve TBMM'yi davet etmesi - Sakarya Zaferi'nden sonra Fransa'nın TBMM'yle Ankara Antlaşması'nı yapması gelişmeleriyle aşağıdakilerden hangisine ulaşıldığı savunulabilir? A) Anlaşma Devletlerinin TBMM'yi Sakarya Savaşı'ndan sonra tanıdığına B) İngiltere'nin savaşın sonuna kadar Yunanlıları desteklediğine C) Halkların dış politikada etkili olduğuna D) Uluslararası antlaşmaları uygulamak zorunluluğu olduğuna E) Askerî başarıların İtilaf Devletlerini TBMM'yle antlaşma yapmaya zorladığına 2) I. Mustafa Kemal'e mareşallik unvanının verilmesi II. Fransa'yla Ankara Antlaşması'nın yapılması Yukarıdaki gelişmeler aşağıdaki savaşlardan hangisinin sonuçları arasındadır? A) Başkomutanlık Savaşı B) Sakarya Savaşı C) Birinci İnönü Savaşı D) İkinci İnönü Savaşı E) Eskişehir ve Kütahya Savaşları 3) Kurtuluş Savaşı'nda Gürcistan, Ermenistan Hükûmetleriyle Kars Antlaşması yapılmıştır. Bu antlaşmanın yapılmasında aşağıdakilerin hangisinin etkili olduğu savunulabilir? A) Anlaşma Devletlerinin 22 Mart 1922'de barış için yeni koşullar önermesi B) Rodos ve On İki Ada'nın İtalya'ya bırakılması C) Mudanya Antlaşması'nın imzalanması D) Musul'un Irak'a bırakılması E) Sakarya Savaşı'nın kazanılması 4) Atatürkçü milliyetçilik anlayışı ırk, din ve mezhep ayrımcılığına karşıdır. Yalnız bu bilgiyle Atatürk milliyetçiliğinin, I. laik devlet anlayışını benimseme, II. etnik kimliklere saygılı olma,	

	III. milletin birliğine ve bütünlüğüne önem verme özelliklerinden hangilerine ulaşılır? A) Yalnız I B) Yalnız II C) Yalnız III D) II ve III E) I, II ve III 5) Aşağıdakilerden hangisinin geleceği, Lozan Antlaşması'yla belirlenmemiştir? A) İmroz B) Musul C) On İki Ada D) Karaağaç E) Bozcaada
Cevap Anahtarı	1- E, 2- B, 3- E , 4- E, 5- B
Kaynak Kitap/lar	 Sabri ZENGİN, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Taşhan Kitap, Tokat 2016.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kemal Atatürk, Nutuk I-III, İstanbul 1993., YÖK-Komisyon, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Ankara 1989, Komisyon, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I-II., Bernard Lewis, Modern Türkiye'nin Doğuşu, Ankara 1996.

HİT120 Kamuoyu ve Etkili İletişim

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 13.15-16.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Bu ders; Öğrencilerin kişisel ve profesyonel hayatlarındaki iletişim becerilerini geliştirmeye yönelik teknikleri ve etkili iletişim becerileri kazandırmayı amaçlar. İletişimin ve etkili iletişimin unsurları ve özellikleri; kendini tanıma; etkili dinleme ve geri bildirim; iletişimi engelleyen ve kolaylaştıran etkenler; duyguların iletişimdeki rolü ve empati; iletişim teknikleri, iletişimde çatışma ve çatışmanın önlenmesi; sözsüz iletişim becerileri, sosyal yaşamdaki davranış kuralları; etik; kişilerarası iletişimin ilkeleri; sözlü ve yazılı iletişimde dikkat edilmesi gereken hususlar; konuşma ve okuma yanlışları; iletişim uygulamaları ve iletişimin diğer disiplinlerle olan ilişkilerinin benimsenmesini kapsamaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kamuoyu kavramına genel bakış
	Kamu, oy ve kamuoyu tanımını bilir.
	Tarihsel süreçlerine hâkim olur.
	Tanımlar hakkında yorumlamalarda bulunabilir.
	Kamuoyu araçları ve kamuoyu oluşturma
	Kamuoyu oluşturma hakkında bilgi sahibi olur.
	Kamuoyu araçlarını öğrenir.
	Dünya'dan ve Türkiye'den kamuoyu oluşturma örneklerini öğrenir.
	Kamuoyu ile ilgili teorik yaklaşımlar
	Klasik teoriyi öğrenir.
	Modern teoriyi öğrenir.
	Etkili çoğunluk teorisi ve kuvvet teorisini öğrenir.
	Kamuoyu araştırmaları
	Kamuoyu unsurlarını öğrenir.
	Kapsam unsuru ve süreç unsurunun ayrımını yapabilir.
	Kamuoyu araştırmalarında etkili olan unsurları öğrenir.
	Etkili iletişim
	Etkili iletişimi öğrenir.
	Uygulamalı eğitim ile pekiştirir.
	Etkili iletişim unsurlarını öğrenir.
	Etkili iletişim ve empati
	Empati kavramını öğrenir.
	Etkili iletişim ve empati arasındaki bağlantıyı yorumlar.
	Empati ile sempati ayrımını yapabilir.
	Etkili iletişim ve çatışma
	Çatışma kavramını öğrenir.
	Çatışma türlerini öğrenir.
	Çatışmadan kaçınma yollarını öğrenir.
	Etkili iletişim ve çatışma ilişkisini öğrenir.
	Etkili iletişim ve motivasyon
	Motivasyon unsurları ve teorilerini öğrenir.
	Etkili iletişim ve motivasyon arasında ilişki kurabilir.
	Etkili iletişim ve stres yönetimi
	Stres kavramını öğrenir.
	Stres yönetimi aşamalarını öğrenir.
	Stres yönetimi ve etkili iletişim arasındaki ilişkiyi yorumlar.

		Etkili iletişim ve kriz yönetimi
		Kriz kavramını öğrenir.
		Olası bir kriz anında yapması gerekenleri ve kriz yönetimini bilir.
		Etkili iletişim ve kriz yönetimi arasındaki bağlantıyı kurar.
		Etkili iletişimde dinleme / etkili iletişimin önündeki engeller
		Etkili iletişimde dinlemenin önemini öğrenir.
		Etkili iletişimin önündeki engelleri öğrenir.
		Bu engelleri gidermek için çözüm yolları öğretilir.
		Kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerine etkisi
		Kitle iletişim araçlarının etkilerini bilir.
		Kamuoyu ve KİA'lar arasında bağlantı kurar.
		KİA'ların etkilerine örnek olan olayları öğrenir.
		Kamuoyu oluşmasında medyanın rolü? (beyin fırtınası) örnek film izlenimi
		Demir Çeneli Melekler filmi izlenerek kamuoyu oluşmasında medyanın rolü tartışabilir.
		Dersin değerlendirilmesi
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 06.02.2026	Kamuoyu kavramına genel bakış	PY2
2 13.02.2026	Kamuoyu araçları ve kamuoyu oluşturma	PY2
3 20.02.2026	Kamuoyu ile ilgili teorik yaklaşımlar	PY2-PY3-PY6
4 27.02.2026	Kamuoyu araştırmaları	PY2-PY6
5 06.03.2026	Etkili iletişim	PY2-PY3-PY5
6 13.03.2026	Etkili iletişim ve empati	PY2-PY5-PY8
7 27.03.2026	Etkili iletişim ve çatışma	PY2-PY5-PY13
8 03.04.2026	Etkili iletişim ve motivasyon	PY2-PY13
04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9 17.04.2026	Etkili iletişim ve stres yönetimi	PY5-PY13
10 24.04.2026	Etkili iletişim ve kriz yönetimi	PY5-PY13
11 01.05.2026	Etkili iletişimde dinleme / etkili iletişimin önündeki engeller	PY5-PY10-PY13
12 08.05.2026	Kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerine etkisi	PY5-PY6-PY13
13 15.05.2026	Kamuoyu oluşmasında medyanın rolü? (beyin fırtınası) örnek film izlenimi	PY5-PY10-PY13
14 22.05.2026	Dersin değerlendirilmesi	PY5-PY10-PY13
02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	S1.Kamuoyu araştırmaları ve..... olmak üzere iki ana grupta toplanır. Bu gruplar hangi seçenekte doğru verilmiştir? A) Kamuoyu Araştırması/ Rakip Analizi B) Kamuoyu Araştırması / Araştırma Geliştirme C) Kamuoyu Yoklaması / Swot Analiz D) Kamuoyu Yoklaması / Pazar Araştırması E) Kamuoyu İncelemesi / Durum Analizi S2. Kamuoyu araştırmalarında verilerin derlenmesinde kullanılacak yöntemlerden biri değildir? A) Postayla Anket B) Çoğulcu Gözlem C) Yüz yüze Görüşme D) E-Mail ve Sosyal Medya Ortamlarında Anket E) Telefonla Anket	

	S3. Aşağıdakilerden hangisi kurum kültürü sınıflandırmasında dışarıda kalır? A) Rol Kültürü B) Görev Kültürü C) Kişi Kültürü D) Toplum Kültürü Güç Kültürü S4. Aşağıdakilerden hangisi kamuoyunun oluşmasında etkili olan kurumlardan değildir? A) Baskı Grupları B) Terör Grupları C) Hukuki ve Siyasi Ortam D) Kanaat Önderleri E) Kültürel Yapı Aşağıda verilen doğru/yanlış soruları yanıtlayınız. Doğru ise (D) Yanlış ise (Y) yazınız. S1. Herkes o davranışta bulunduğu için aynı davranışı kopyalama eğilimine girmeye Bandwagon Effect(Güçlü Olana Yönelme Etkisi) denir. (.....) S2. Binalar, Yerleşim düzeni, Ürünler, Tesisler, Büro eşyalarının düzenlenişi, Çalışanların giyim tarzı, kurum kültürünün görünen yüzüdür.(.....) S3. Bir örgütte çalışanların üst düzey yönetici ile kurmuş olduğu iletişime yukarıdan aşağıya doğru iletişim denir. (.....) S4. Bir işletmenin tüm çalışanları tarafından paylaşılan inanç, anlayış ve kurallar bütünü kurum kültürünü oluşturur. (.....) S5. Bir seçimde, sportif müsabakada ya da sanatsal yarışmada rekabet halinde olan katılımcılar arasında herkesçe kaybedeceği düşünülen kişiye destek olma dürtüsüne Underdog Effect(Zayıfa Destek Etkisi) denir. (.....)
Cevap Anahtarı	1)d, 2)b, 3)d, 4)b Doğru/Yanlış Cevaplar: D –D- Y- D- D
Kaynak Kitap/lar	Yazar/Editör: Kamuoyu iletişim ve demokrasi – Arsev Bektaş 
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Etkili İletişim Teknikleri – Nazife Küçükarslan, -Gürüz, Demet, Eğinli, Ayşen Temel. İletişim Becerileri Anlamak-Anlatmak-Anlaşmak. Ankara: Nobel Kitabevi, 2014. -Baykırkık, Emin. Meslek Yüksek Okulları İçin Güzel Konuşma ve Yazma. İstanbul: Filiz Kitabevi, 2014. - David Crowley- Paul Heyer, İletişim Tarihi, Çev: Berkay Ersöz, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2017 -Üstün Dökmen, Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çatışmaları ve Empati, İstanbul, Remzi Kitabevi, 60. Basım, 2018 -Metin Işık, İletişim ve Etik, Konya, Eğitim Yayınevi, 2018 -Henrik Fexeus, Etkili İkna Becerileri İletişim Dehası, Çev: Çiğdem Balkanlı, İstanbul, Diyojen Yayıncılık, 2018 -Doğan Cüceloğlu, İletişim Donanımları, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2018.

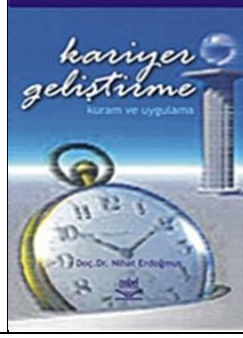
HİT122 Kariyer Planlama

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13.15-14.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Kariyer Planlama dersi öğrencilerin iş dünyasını, farklı sektörleri ve bu sektörlerin gereksinimlerini tanımasını sağlayarak; iş dünyasına hazırlık sürecinde kariyer planlamasının önemi hakkında öğrencilerde farkındalık oluşturmayı hedefler. Ders, öğrencilerin, kişisel yetkinliklerini keşfetmesini ve iş dünyasının beklentilerini doğru anlamasını sağlayarak; bilgi ve becerilerini, ilgili sektörlerin gereklilikleri ile paralellik arz edecek şekilde geliştirmelerine yardımcı olur.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kariyer kavramı ve kariyer geliştirme
	Kariyer kavramını tanımlar.
	Kariyer geliştirme kavramını tanımlar.
	Kariyer geliştirmenin önemini kavrar.
	Kariyer yönetimini kavramını tanımlar.
	Kariyer yönetiminin amaçlarını kavrar.
	Kariyer planlama kavramını tanımlar.
	Kariyer planlamanın aşamalarını kavrar.
	Kariyere ilişkin çeşitli kavramlar ve kariyer merkezleri
	Kariyere platosu kavramını tanımlar.
	Kariyer patikası kavramını tanımlar.
	Kariyer çapası kavramını tanımlar.
	Kariyer merkezlerinin misyon ve vizyonunu bilir.
	Kariyer merkezlerinin temel değerlerini bilir.
	Kariyer merkezleri tarafından verilen hizmetleri bilir.
	Kişisel yetkinlikler
	Kişisel yetkinliklerin kariyer sürecindeki önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde bilginin önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde becerinin önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde kişiliğin önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde zekânın önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde yeteneğin önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde ilgi ve tutumun önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde hedef belirlemenin önemini kavrar.
	Kariyer sürecinde yetkinliğin önemini kavrar.
	Ulusal - uluslararası değişim programları ve destekler
	Erasmus + değişim programını tanır.
	Erasmus + değişim programına başvuru şartlarını bilir.
	Farabi değişim programını tanır.
	Farabi değişim programı başvuru şartlarını bilir.
	Mevlâna değişim programını tanır.
	Mevlâna değişim programına başvuru şartlarını bilir.
	İkili iş birliği anlaşmaları ile yararlanılabilecek değişim programlarını bilir.
	TÜBİTAK, Millî Eğitim Bakanlığı ve YÖK tarafından verilen destek programlarını tanır.
	İletişim
	Temel iletişim becerilerine sahip olmanın önemini kavrar.
	İletişim türlerini bilir ve iletişim kurallarını anlar.
	İletişim kurulmasında ses, nefes ve tonlama gibi unsurların önemini bilir.

	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 oluşturma (Networking) önemini kavrar.
	Özgüven duygusunun iletişimdeki önemini kavrar.
	Esprî anlayışının iletişimdeki önemini kavrar.
	Hassas beceriler (soft-skills)
	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.
	Sektör günleri (sivil toplum kuruluşları)
	Sivil toplum kuruluşlarının görev ve sorumluluklarını kavrar.
	Sivil toplum kuruluşlarının toplumdaki yeri ve önemini kavrar.
	Sosyal sorumluluk projelerinde alınan görevlerin kariyer patikasındaki önemini kavrar.
	Sınavlar
	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.
	Sektör günleri (kamu sektörü)
	Kamu sektörünü tanıır.
	İlgili kamu sektöründe yapılan iş ve işlemleri kavrar.
	Kamu sektöründeki kariyer olanaklarını kavrar.
	İlgili kamu sektöründeki kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.
	Kamuda kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.
	Özgeçmiş - kapak yazısı hazırlama ve mülakatlar
	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 etmesi 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.
	Sektör günleri (özel sektör)
	Özel sektörü tanıır.
	İlgili özel sektörde yapılan iş ve işlemleri kavrar.
	Özel sektördeki kariyer olanaklarını kavrar.
	İlgili özel sektörün kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.

		Özel sektörde kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.	
		Sektör günleri (akademi)	
		Akademik hayatı tanır.	
		Akademik hayattaki kadro ve pozisyonlar hakkında bilgi sahibi olur.	
		Akademide kariyer olanaklarına ulaşmanın şartlarını bilir.	
		Akademik kariyerin avantajlarını ve dezavantajlarını kavrar.	
		Sektör günleri (girişimcilik)	
		Girişimcilik kavramını bilir.	
		Girişimciliğin de bir kariyer patikası olduğunu kavrar.	
		Girişimci olmanın temel özelliklerini bilir.	
		Bireysel girişimcilik yeteneğini ölçer.	
		Girişimcilere yapılan teşvik ve destekler hakkında bilgi sahibi olur.	
		Genel değerlendirme	
		Dersin genel değerlendirmesini yapabilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Kariyer kavramı ve kariyer geliştirme	PY2
2	10.02.2026	Kariyerle ilişkin çeşitli kavramlar ve kariyer merkezleri	PY2
3	17.02.2026	Kişisel yetkinlikler	PY2
4	24.02.2026	Ulusal-uluslararası değişim programları ve destekler	PY2
5	03.03.2026	İletişim	PY2-PY4-PY10
6	10.03.2026	Hassas beceriler (Soft-Skills)	PY2-PY4-PY10
7	24.03.2026	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)	PY2
8	31.03.2026	Sınavlar	PY2
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	14.04.2026	Sektör günleri (kamu sektörü)	P2
10	21.04.2026	Özgeçmiş- kapak yazısı hazırlama ve mülakatlar	PY2
11	28.04.2026	Sektör günleri (özel sektör)	PY2
12	05.05.2026	Sektör günleri (akademi)	PY2
13	12.05.2026	Sektör günleri (girişimcilik)	PY2
14	19.05.2026	Genel değerlendirme	PY2-PY4-PY10
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize %40, final %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Kariyer patikası kavramını tanımlayarak; kendi kariyer patikanızı <u>oluşturunuz.</u> 2. İletişim ağı oluşturma çabalarının kariyer açısından önemini <u>tartışınız.</u>	
Cevap Anahtarı		1. Kişinin gelecekteki çalışma sorumlulukları ve atamalarını karşılamak için kişisel eğitim ve gelişim deneyimleri tasarlama sürecidir. V.H.K.İ. -> Şef -> Şube Müdürü -> Daire Başkanı -> Genel Sekreter 2. Networking çalışmaları iletişim ağımızın büyüyerek daha büyük kesimlere ulaşmamızı ve kendimizi ifade edebilmemizi sağlayacaktır. Böylelikle kariyer hayatımızda elde ettiğimiz başarılarından daha fazla bireyin haberdar olması sağlanmış ve kabiliyetlerimiz ile örtüşen bir pozisyonda ve/veya ücrette bir işe başlama olanağımız artmış olacaktır.	
Kaynak Kitap/lar		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.

HİT124 İletişim Tarihi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 09.15-12.00
Derslik	138
Dersin Amacı	İletişimin amacı, tarihi ve önemi hakkında bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İletişim tarihinin kapsamı
	Toplumsal değişim ve gelişimin genel bir tarihini anlayabilecektir.
	Antik çağlardan günümüze iletişim olgusu ve araçlarının gelişimini kavrayabilecektir.
	İletişim tarihinin dönemlerinin neler olduğunun farkına varabilecektir.
	Sözlü kültür ve toplumsal yapılar
	Sözlü kültür kavramını açıklayabilecektir.
	Sözlü kültürün özelliklerini ve araçlarını sıralayabilecektir.
	Dünyada ve Türklerde sözlü kültürü ifade edebilecektir.
	Yazının icadı ve sosyolojik gelişimi
	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.
	Kitap kültürü ve toplumsal dönüşümler
	Yazı ve yazı yazılan materyalleri tanıyabilecektir.
	Medya aracı olarak kitabın rolünü ortaya koyabilecektir.
	Kitabın toplumsal ve kültürel pratiklerini ifade edebilecektir.
	Matbaa devrimi ve gazetelerin doğuşu
	Matbaa devriminden sonra dünyadaki gelişmeleri öğrenebilecektir.
	Gazeteciliğin ortaya çıkış koşullarını anlayabilecektir.
	Habercilik araçları hakkında bilgi sahibi olacaktır.
	Ağ kültürü ve endüstriyel devrim: demiryolları, telgraf, telefon
	Endüstri devriminin sebep ve sonuçlarını öğrenebilecektir.
	Demiryollarının sanayileşmeye ve toplumsal yaşama etkilerini açıklayabilecektir.
	Haberleşme araçlarının insan ve toplum hayatına etkisi üzerine fikir sahibi olacaktır.
	Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi
	Fotoğraf ve sinemanın icadına götüren tarihsel süreci bilecektir.
	Fotoğraf ve sinemanın gelişim sürecini öğrenebilecektir.
	Sinemanın ekonomi politik ve kültürel açılardan önemini kavrayabilecektir.
	Radyonun tarihi ve toplumsal yansımaları
	Radyonun dünyadaki gelişimi hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Türkiye'de radyo yayıncılığının gelişim aşamalarını ayrıştırabilecektir.
	Radyonun toplumsal yansımaları hakkında fikir sahibi olabilecektir.
	Elektronik yayıncılık: televizyon kültürü ve sosyolojisi
	Televizyonun dünyadaki gelişimi hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişim aşamalarını ayrıştırabilecektir.
	Televizyonun toplumsal işlevleri hakkında fikir sahibi olabilecektir.
	Medya ve kitle toplumu
	Kitle kavramını tanımlayabilecektir.

	Kitle toplumunun nasıl oluştuğunu ve medya ile ilişkisini öğrenebilecektir.		
	Kitle kültürünü ve medyada kültürün nasıl oluşturulduğunu anlayabilecektir.		
	Uydu yayıncılığı ve küresel kültür		
	Uydu teknolojisinin iletişim tarihi içindeki önemini kavrayabilecektir.		
	Uydu yayıncılığının küresel kültürün oluşumundaki etkisini anlayabilecektir.		
	Neo-liberal dönüşüm ve medya		
	Neo-liberal ekonomi politikalarının temel kavramlarını sayabilecektir.		
	Neo-liberalizm tarihsel gelişimini anlayabilecektir.		
	Neo-liberalizmin medya alanında neden olduğu dönüşümleri kavrayabilecektir.		
	Enformasyon toplumu tartışmaları		
	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.		
	Yeni iletişim teknolojileri ve toplum		
	Yeni iletişim teknolojilerini tanıyabilecektir.		
	Bu teknolojilerin tarihsel süreçteki gelişimlerini öğrenebilecektir.		
	İletişim teknolojilerinin toplumsal etkilerini kavrayabilecektir.		
	Teknolojinin geleceğine dair öngörü sahibi olabilecektir.		
	Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	İletişim tarihinin kapsamı	PY2
2	09.02.2026	Sözlü kültür ve toplumsal yapılar	PY2
3	16.02.2026	Yazının icadı ve sosyolojik gelişimi	PY2
4	23.02.2026	Kitap kültürü ve toplumsal dönüşümler	PY2
5	02.03.2026	Matbaa devrimi ve gazetelerin doğuşu	PY2
6	09.03.2026	Ağ kültürü ve endüstriyel devrim: demiryolları, telgraf, telefon	PY2
7	23.03.2026	Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi	PY2
8	30.03.2026	Radyonun tarihi ve toplumsal yansımaları	PY2
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	13.04.2026	Elektronik yayıncılık: televizyon kültürü ve sosyolojisi	PY2
10	20.04.2026	Medya ve kitle toplumu	PY2-PY4
11	27.04.2026	Uydu yayıncılığı ve küresel kültür	PY2
12	04.05.2026	Neo-liberal dönüşüm ve medya	PY2
13	11.05.2026	Enformasyon toplumu tartışmaları	PY2
14	18.05.2026	Yeni iletişim teknolojileri ve toplum	PY2
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize %40, final (yazılı sınav %40 + uygulama %20) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.		
Örnek Sorular	1. Antik çağlardan günümüze iletişim olgusu ve araçlarını <u>açıklayınız</u>. 2. Sözlü kültürün özellikleri nelerdir maddeler halinde <u>sıralayınız</u>. 3. Kâğıt hangi uygarlık tarafından <u>icat edilmiştir</u>? a. Mısır b. Çin c. Sümer d. Uygur e. Roma		

	4. Parşömen kelimesinin kökeni <u>aşağıdakilerden hangisidir?</u> - Bergama kentinin isminden türetilmiştir. - Üretildiği maddenin adıdır. - Derisinin kullanıldığı hayvanın adıdır. - İcat eden kişinin adıdır. - İlk kullanan devletin adıdır. 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 <u>hangisi tarafından kurulmuştur?</u> - Ermeniler - Rumlar - Araplar - Yahudiler - Bulgarlar
Cevap Anahtarı	1. 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. 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 ulaşma 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 oluşturmıştır. 2. Sözlü kültür toplumlarında, kültür ve iletişim dünyası kimi karakteristik özelliklere bağlı olarak cereyan etmiştir. Baldini’ye göre sözlü kültürün temel özellikleri şunlardır: - En önemli duyu organı kulaktır. - Sözlü iletişim tümce yapısını üstün tutmaktadır. - Sözlü iletişim aşırıya kaçır. - Sözlü iletişim yarışma biçimini tercih eder. - Sözlü kültür tutucu ve gelenekseldir. - Sözlü kültür taşkın ve katılımlıdır. - Sözlü kültür omeostatik bir özellik gösterir. - Sözlü kültür insanı soyut ve çözümsel olmaktan çok konumsal biçimde düşünür. 3-b, 4-a, 5-d.
Kaynak Kitap/lar	 İletişim Tarihi ve Sosyolojisi, Fatih Değirmenci (Ed.), Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (2020) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1. ve 14. bölümler arası

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	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.
--	--

HİT126 Pazarlama

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 14.15-17.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Pazarlamanın temel kavramları, pazarlama yöntem ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Pazarlama kavramı ve tanımı
	Pazarlama konusu ve kapsamını açıklayabilir.
	Pazarlama düşüncesinin gelişim süreçlerini bilir.
	Pazarlama karması ve yönetimi
	Pazarlama karması elemanlarını açıklayabilir.
	Değer kavramını açıklar.
	Modern pazarlama anlayışı
	Modern pazarlama anlayışının öğelerini bilir.
	Sosyal pazarlama anlayışını açıklar.
	Bütünsel (holistik) pazarlama anlayışı
	Bütünsel pazarlama anlayışının boyutları arasındaki ilişkiyi bilir.
	İçsel pazarlamayı bilir.
	Sosyal sorumluluk pazarlamasını bilir.
	Pazarlama çevresi ve bilgi sistemi
	Makro çevre faktörlerini bilir.
	Mikro çevre faktörlerini bilir.
	Pazar araştırması
	Pazar araştırması sürecini bilir.
	Tüketici pazarları ve tüketici davranışları
	Tüketici satın alma davranışı ve etkileyen faktörleri bilir
	Tüketici satın alma karar sürecini bilir.
	Satın alma karar tiplerini bilir.
	Endüstriyel pazarlar ve satın alma davranışı
	Endüstriyel pazarın özelliklerini bilir.
	Endüstriyel pazar türleri bilir.
	Endüstriyel alıcı kararlarını etkileyen faktörleri bilir.
	Endüstriyel alıcı satın alma karar sürecini bilir.
	Pazarlama yönetim süreci
	Pazarlama yönetim süreci aşamalarını bilir.
	Stratejik pazarlama planlamasını açıklayabilir.
	Ürün yönetimi
	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.
	Fiyat ve fiyat kararlarının yönetimi
	Pazarlama karmasında fiyatın yeri ve önemini bilir.
	Piyasa türleri ve fiyatlamayı bilir.
	Fiyatlandırma amaçlarını bilir.
	Fiyatlandırma kararlarını etkileyen çıkar gruplarını bilir.
	Fiyatlama yöntemlerini bilir.
	Dağıtım kanalları ve lojistik
	Pazarlama kanallarını bilir.

		Dağıtım kanalı türlerini bilir.	
		Kanal yönetimiyle ilgili temel konularını bilir.	
		Pazarlama lojistiğini açıklar.	
		Pazarlama iletişimi yönetimi	
		İletişim ve iletişim sürecini bilir.	
		Pazarlama iletişimi ve bütünsel pazarlama iletişimi süreçlerini bilir.	
		Pazarlama sürecinde halkla ilişkiler	
		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	03.02.2026	Pazarlama kavramı ve tanımı	PY3
2	10.02.2026	Pazarlama karması ve yönetimi	PY3
3	17.02.2026	Modern pazarlama anlayışı	PY7
4	24.02.2026	Bütünsel (holistik) pazarlama anlayışı	PY7
5	03.03.2026	Pazarlama çevresi ve bilgi sistemi	PY7
6	10.03.2026	Pazar araştırması	PY7
7	24.03.2026	Tüketici pazarları ve tüketici davranışları	PY7
8	31.03.2026	Endüstriyel pazarlar ve satın alma davranışı	PY7
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	14.04.2026	Pazarlama yönetim süreci	PY7
10	21.04.2026	Ürün yönetimi	PY7
11	28.04.2026	Fiyat ve fiyat kararlarının yönetimi	PY7
12	05.05.2026	Dağıtım kanalları ve lojistik	PY7
13	12.05.2026	Pazarlama iletişimi yönetimi	PY7
14	19.05.2026	Pazarlama sürecinde halkla ilişkiler	PY7
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		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.	
Örnek Sorular		1. Pazarlama kavramını <u>tanımlayınız.</u> 2. Pazarlamanın sağladığı faydaları maddeler halinde <u>yazınız.</u> 3. Pazarlamanın gelişim döneminin ilk aşamasını oluşturan üretim dönemini <u>açıklayınız.</u> 4. Pazarlama karması elemanlarını <u>yazınız.</u> 5. Makro çevre unsurlarını <u>yazınız.</u>	
Cevap Anahtarı		1. Bireylerin ve örgütlerin amaçlarına uygun değişimi sağlamak, üzere malların, hizmetlerin ve fikirlerin oluşturulmasını; fiyatlandırılmasını; dağıtımını ve tutundurma çabalarını planlama ve uygulama sürecidir. 2. Pazarlamanın sağladığı faydalar: • İnsanların istek ve ihtiyaçlarının tatminine yöneliktir. • Mallar, hizmetler ve fikirler ile ilgilidir. • Değişimi kolaylaştırır ve gerçekleştirir. • Çok çeşitli eylemler bütünüdür. • Bu eylemler insanlar ve örgütler tarafından yapılır. • Bu eylemler değişken çevre koşulları altında gerçekleştirilir. • Bu eylemleri planlanmalı, uygulanmalı ve kontrol edilmelidir. 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	

	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 satarım”dır. 4. Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmadır. 5. Makro çevreyi oluşturan elemanlar: • Demografik Çevre • Doğal Çevre • Teknolojik Çevre • Politik ve Yasal Çevre • Kültürel Çevre.
Kaynak Kitap/lar	 Bayram Zafer ERDOĞAN ve Elif EROĞLU HALL, Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi AOF Yayını (2018) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 8. bölümler arası  Nilüfer Fatma GÖKSU, Bütünleşik Pazarlama İletişim, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayını (2016) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 14. bölümler arası
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Hamdi İSLAMOĞLU, Pazarlama Yönetimi (Stratejik Yaklaşım), Beta (2020). Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 12. bölümler arası

HİT128 Davranış Bilimleri

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 08.15-12.00
Derslik	138
Dersin Amacı	Davranış Bilimlerinin tanımı ve ilgili bilim dalları, Bireysel Davranış modelleri ve Psikoloji yaklaşımları, Gündü, İhtiyaç, dürtü kavramları, Motivasyon teorileri, Tutum ve davranışlar hakkındaki genel bilgiler, inanç, kültür ve davranış konuları üzerine bilgiler öğrenciye hassaten verilir
	Davranış bilimlerinin konusu Davranış ve davranış bilimlerinin tanımını öğrenir. Davranış bilimlerinin konusunu öğrenir. Davranış bilimlerinin tarihsel gelişimini kavrar. Davranış bilimlerini oluşturan bilim dalları Davranış bilimleri ve Psikoloji ilişkisini öğrenir. Davranış bilimleri ve Sosyoloji ilişkisini öğrenir. Davranış bilimleri ve Sosyal Psikoloji ilişkisini öğrenir. Davranış bilimleri ve Antropoloji ilişkisini öğrenir. Davranış ve biyolojik temelleri Davranışın nasıl oluştuğunu bilir. Davranışın çeşitli açılardan tanımını yapabilir. Davranışın Biyolojik temellerini öğrenir. Davranışı etkileyen faktörleri öğrenir. Bireysel davranış modelleri Nörobiyolojik ve Davranışçı yaklaşımı bilir. Gestalt psikolojisi yaklaşımı ve bilişsel yaklaşımı öğrenir. Psikoanalitik ve Fenomonolojik yaklaşımı bilir. İnsancıl yaklaşım ve Roller, Norm ve Kurallar yaklaşımını öğrenir. Günümüz yeni davranış türleri Mobil Körlük davranışını öğrenir. Puma Sendromu/Aptal Puma Sendromunu açıklayabilir. Afrika Karıncası Davranışını bilir. Cam Tavan Sendromunu kavrayabilir. Güdüler ve güdülenme Gündü kavramını tanımlayabilir. Dürtü olgusunu öğrenir. Gündü türlerini bilir. İhtiyaç kavramını kavrayabilir. Güdüleme kuramları 1 Kapsam (İçerik) Kuramlarını öğrenir. Güdüleme kuramları 2 Süreç kuramlarını öğrenir. Bu iki kuram içerisindeki teori ve kuramları bilir. Davranış düzlemi, statü ve rol kavramları Davranış düzlemi kavramını öğrenir. Statü kavramını açıklayabilir. Rol kavramını bilir. Rol çatışması olgusunu öğrenir. Sosyal kurumlar 1 Sosyal kurumun tanımını bilir.

	Sosyal kurumların türlerini öğrenir.	
	Sosyal kurumlar 2	
	Sosyal kurumlardan aile ve eğitim hakkında önemli bilgileri alır.	
	Sosyal kurumlardan devlet ve ekonomi hakkında önemli bilgileri edinir.	
	Sosyal kurumlardan ahlaki din ve hukuk konuları hakkında önemli bilgileri edinir.	
	Tutumlar ve davranışlar	
	Tutum olgusunun tanımını yapabilir.	
	Tutumların bileşenlerini öğrenir.	
	Tutumların oluşumunda etkili olan öğrenme kaynaklarını bilir.	
	Tutumların özellikleri ve işlevleri	
	Tutumların özelliklerini öğrenir.	
	Tutumların işlevlerini kavrar.	
	Kültür ve davranış	
	Kültürün tanımını yapabilir.	
	Kültürün özelliklerini öğrenir.	
	Kültür türlerini öğrenir.	
	Örgüt kültürü kavramını bilir.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 05.02.2026	Davranış bilimlerinin konusu	PY2-PY6-PY12
2 12.02.2026	Davranış bilimlerini oluşturan bilim dalları	PY2-PY6-PY12
3 19.02.2026	Davranış ve biyolojik temelleri	PY2-PY6-PY12
4 26.02.2026	Bireysel davranış modelleri	PY2-PY6-PY12
5 05.03.2026	Günümüz yeni davranış türleri	PY2-PY6-PY12
6 12.03.2026	Güdüler ve güdülenme	PY2-PY6-PY12
7 23.03.2026	Güdüleme kuramları 1	PY2-PY6-PY12
8 02.04.2026	Güdüleme kuramları 2	PY2-PY6-PY12
04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9 16.04.2026	Davranış düzlemi, statü ve rol kavramları	PY2-PY6-PY12
10 23.04.2026	Sosyal kurumlar 1	PY2-PY6-PY12
11 30.04.2026	Sosyal kurumlar 2	PY2-PY6-PY12
12 07.05.2026	Tutumlar ve davranışlar	PY2-PY6-PY12
13 14.05.2026	Tutumların özellikleri ve işlevleri	PY2-PY6-PY12
14 18.05.2026	Kültür ve davranış	PY2-PY6-PY12
02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1- Hangisi Kapsam (İçerik) Teorilerinden biri değildir? A) Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi B) Herzberg Çift Faktör Kuramı C) Locke'un Amaç Kuramı D) Gazali'nin Bütüncül İhtiyaçlar Kuramı E) Fromm'un İhtiyaç kuramı 2- Hangisi Psikoloji Yaklaşımlarından biri değildir? A) DAVRANIŞÇI YAKLAŞIM B) BİLİŞSEL YAKLAŞIM C) SOSYO-PSİKO YAKLAŞIM D) FENOMENOLOJİK YAKLAŞIM E) KURALLAR YAKLAŞIMI 3- Davranış bilimlerinin ilgili olduğu bilim dallarından değildir? A) Sosyoloji B) Psikoloji C) Sosyal Psikoloji D) Felsefe E) Antropoloji	

	4- Emin oldukları halde obsesyonlarından kaynaklanan kaygıyı rahatlatmak için birkaç kez geri dönüp bakmaları obsesif kompulsif bireylerin önemli özelliğidir. Bu hangi davranış türüdür? A) Mobil Körlük B) Pavlov un Köpek Sendromu C) Afrika Karıncası Davranışı D) Cam Tavan Sendromu E) Puma Sendromu 5- “<i>organizmanın belirli bir uyarıcıya karşı gösterdiği bilinçli tepki</i>” olarak tanımlanan kavram hangisidir? A) Etki B) Tepki C) Uyarıcı D) Davranış E) Davranış bilimi
Cevap Anahtarı	1-c, 2- c, 3-d, 4-c, 5- d
Kaynak Kitap/lar	Hasan TUTAR, Davranış Bilimleri, Seçkin yayıncılık (2015) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1,2,3 ve 4. Bölüm ile 9 ve 10. Bölümler 
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Doğan Cüceloğlu, Yeniden İnsana- Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış-Yard.Doç.Dr.Aydın YILMAZER-Öğr.Gör.Cemal EROĞLU

TD102 Türk Dili-II

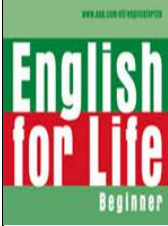
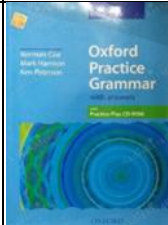
Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Faruk Toydemir
Oda Numarası	205
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00
E-posta	faruk.toydemir@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 15.15-17.00
Derslik	Çevrimiçi
Dersin Amacı	Türk dilinin gramer yapısını ve anlatım gücünü öğrencilere kavratmak, Türk dilini daha iyi kullanma becerisini kazandırmak; ön lisans ve lisans düzeyindeki öğrencilere kendilerini doğru ve etkili olarak doğru ifade etmeyi, ana dil bilinci edindirmeyi; panel, konferans, açık oturum, forum türü toplantıları etkili dinlemeyi öğretmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Ses bilgisi
	Dersin verilmesindeki genel amaçları öğrenir.
	Dersin temel ve yardımcı kaynakları hakkında bilgi sahibi olur.
	Cümle türleri: anlamına göre cümleler
	Cümle ile ilgili kavramları bilir.
	Olumlu cümleyi, olumsuz cümleyi bilir.
	Soru cümlesini, ünlem cümlesini bilir.
	Cümlede anlam kaymalarını bilir.
	Cümle türleri: yapısına göre cümleler
	Basit cümleyi, birleşik cümleyi öğrenir.
	Bağımlı sıralı cümleyi, bağımlı sıralı cümleyi ayırabilir.
	Bağlı (bağlaçlı) cümleyi bilir.
	Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri
	Sözcük türü ile ilgili kavramları bilir. Sözcük türlerini anlam, tür ve görev bakımından sınıflandırır.
	İsmin tanımını, özelliklerini ve isim öbeklerinin çeşitlerini bilir. Metin içerisinde isim ve isim öbeklerini bulur.
	Zamirler
	Zamirin tanımını, özelliklerini ve zamir çeşitlerini bilir.
	Metin içerisinde zamirleri ve zamir çeşitlerini bulur.
	Sıfat ve sıfat öbekleri
	Sıfatın tanımını, özelliklerini ve sıfat türlerini bilir. Metinde sıfatı ve sıfat türlerini bulur
	Adlaşmış sıfatlar öğrenir metin içinde değerlendirir.
	Zarflar
	Zarfin tanımını ve zarf türlerini bilir. Metin içerisinde zarfları bulur.
	Zarflarla yapılmış yan cümleleri kavrar.
	Eylemler
	Eylemin tanımını ve özelliklerini bilir. İsim ve eylem ayırımına varır.
	Metin içerisinde eylemleri bulur.
	Eylemlerin kendi içinde farklı kullanımlarını öğrenir.
	Ek eylemler
	Ek eylem nedir, bilir. Eylemin özelliklerini kavrar. Metin içerisinde ek eylemin bulur.
	Ekeylemler yapılmış isim ve fiil cümlelerini kavrar.
	Eylemsiler
	Eylemsilerin tanımını yapar, özelliklerini bilir.
	Metin içerisinde eylemsileri bulur.
	Edatlar ve ünlemler
	Edat nedir, bilir. Edatın özelliklerini kavrar.
	Edat türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.
	Bağlaçlar

		Bağlacın özelliklerini kavrar. Bağlaç türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.
		Edebi yazılar
		Makale, deneme, fıkra, eleştiri, röportaj, anı, hatıra, gezi, seyahat yazılarının tanımını ve özelliklerini bilir.
		Sözlü türler
		Seminer, kongre, sempozyum, panel, forum gibi sözlü anlatım türlerinin tanımını ve özelliklerini bilir.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 04.02.2026	Ses bilgisi	P2-P7-P10
2 11.02.2026	Cümle türleri: anlamına göre cümleler	P2-P7-P10-P15-P16-P21
3 18.02.2026	Cümle türleri: yapısına göre cümleler	P2-P7-P10-P15-P16-P21
4 25.02.2026	Sözcük türleri: isim ve isim öbekleri	P2-P7-P10-P15-P16-P21
5 04.03.2026	Zamirler	P2-P7-P10-P15-P16-P21
6 11.03.2026	Sıfat ve sıfat öbekleri	P2-P7-P10-P15-P16-P21
7 25.03.2026	Zarflar	P2-P7-P10-P15-P16-P21
8 01.04.2026	Eylemler	PY2-PY5
04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9 15.04.2026	Ek eylemler	PY11-PY12
10 22.04.2026	Eylemsiler	PY10
11 29.04.2026	Bağlaçlar	PY2-PY11-PY12
12 06.05.2026	Edatlar ve ünlemler	PY5
13 13.05.2026	Edebi yazılar	PY9
14 20.05.2026	Sözlü türler	PY11-PY12
02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin katkısı % 40 dönem sonu sınavı ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1. Aşağıdaki atasözlerinin hangisinde ünsüz benzeşmesinin örneği yoktur? A) İrmaktan geçerken at değiştirilmez. B) Herkesin geçtiği köprüden sen de geç. C) Her şeyin yokluğu yokluktur. D) İyi olacak hastanın hekim ayağına gelir. E) Değirmen iki taştan, muhabbet iki baştan. 2. Ben güzel günlerin şairiyim." cümlesiyle yapısı, yüklemine yeri ve türü yönünden aşağıdaki dizelerin hangisi özdeştir? A) Saadetten alıyorum ilhamımı. B) Kızlara çeyizlerinden bahsediyorum. C) Çocuklara müjdelere veriyorum. D) Babası cephede kalan çocuklara. E) Ben ümitsizlere ümidim. 3. Aşağıdaki cümlelerin hangisi yapısına göre basit, söz dizimine göre devrik bir cümledir? A) Okulda tiyatro çalışması yapmayı düşünüyor. B) Şiiri güzel okuyanlar, toplanmış salonda. C) Herkese laf anlatıyor, kimseyi incitmiyor. D) Bir dergi çıkaracağını söylemişti geçen gün. E) Hikâyelerini bir kitapta topladı bu sene. 4. Aşağıdakilerden hangisinde ikileme zarf fiillerle kurulmuştur? A) Sabah hızlı hızlı yürüyordu. B) Bir köşede ileri geri konuştular. C) Çocuk düşe kalka büyür. D) İşleri sonra sonra yoluna girdi. E) Gece gündüz demeden çalıştı.	

	5. Aşağıdaki cümlelerden hangisinde fiilimsi yoktur? A) Dün gölge veren ağaç, bugün ocakta yandı. B) Güneşli bir havada yaylımız yola çıktı. C) Gün doğarken bir ölüm rüyasıyla uyandım. D) Yedi yüz yıl süren hikâyemizi dinlemiş. E) Seninle gelmesini istemez misin?
Cevap Anahtarı	1-d, 2-e, 3-e, 4-c, 5-b
Kaynak Kitap/lar	 Prof. Dr. Hanifi Vural, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	- Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999. - Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998. - Prof. Dr. Mustafa Özkan vd.; Yükseköğretimde Türk Dili Yazılı ve Sözlü Anlatım, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2006. - Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011. - Ertem, Rekin - İsa Kocakaplan, Üniversitelerde Türk Dili ve Kompozisyon - Serdar Odacı vd., Üniversiteler için Dil ve Anlatım, Palet Yay., Konya, 2009. -“Türkçe Sözlük”, TDK Yayınları, Ankara, 2013. - “Yazım Kılavuzu”, TDK Yayınları, Ankara, 2012.

İNG102 İngilizce II

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Rabia Alkan		
Oda Numarası	-		
Ofis Saatleri	-		
E-posta	rabia.alkan@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Cuma 10.15-12.00		
Derslik	238		
Dersin Amacı	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	There is / there are		
	Evin bölümleri ve eşyaların İngilizce karşılıklarını bilir.		
	There is / are kullanılarak örnek cümle yazar.		
	This/that/these ve those		
	This/that/these ve those yapılarını öğrenir.		
	Bu yapıların nesnelerin konumuna göre ifade edildiğini keşfeder.		
	Bu yapıları cümle içinde kullanır.		
	Can ve can't modal verb 1		
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir.		
	Kalıbı soru cümlelerinde kullanabilir.		
	Konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir.		
	Can ve can't modal verb 2		
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.		
	Can ve can't modal verb 3		
	Can ve geniş zaman kullanımlı cümle kurabilir.		
	Writing çalışması 1		
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.		
	Kendilerini ifade eden metin oluştururlar.		
	Reading çalışması 1		
	Öğrendikleri konuları içeren metinleri okuyup cevaplandırabilir.		
	Was/were, the simple past tense		
	Was/were ile basit cümleler kurabilir.		
	The simple past tense		
	Dili geçmiş zamanda (the simple past tense) olumlu cümle kurar.		
	Yapıyı olumsuz cümle kalıbında deneyimler.		
	Soru formlarında cümle kuruluşlarını bilir.		
	Düzenli/düzensiz fiiller		
	Öğrendiği fiillerle geçmiş zamanda cümle kurar.		
	Reading çalışması 2		
	Simple past tense kullanılan metni okuyup sorularını cevaplandırır.		
	Simple past tense time expressions		
	Bu zaman ile kullanılan zaman zarflarını edinir.		
	Writing çalışması 2 / simple present tense and simple past tense		
	Geçmiş zaman kullanarak geçirdiği son tatili anlatan metin yazabilir.		
	Geniş zaman ve geçmiş zamanı karşılaştıran soruları cevaplayabilir.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları		İlgili Program Yeterliği
1 06.02.2026	There is / there are		PY1
2 13.02.2026	This/that/these ve those		PY1
3 20.02.2026	Can ve can't modal verb 1		PY1
4 27.02.2026	Can ve can't modal verb 2		PY1
5 06.03.2026	Can ve can't modal verb 3		PY1

6	13.03.2026	Writing çalışması 1	PY1
7	23.03.2026	Reading çalışması 1	PY1
8	03.04.2026	Was/were, the simple past tense	PY1
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	17.04.2026	The simple past tense	PY1
10	24.04.2026	Düzenli/düzensiz fiiller	PY1
11	01.05.2026	Reading çalışması 2	PY1
12	08.05.2026	Simple past tense time expressions	PY1
13	15.05.2026	Writing çalışması 2 / Simple present tense and simple past tense	PY1
14	22.05.2026		PY1
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Can you _____ a bike? a) riding b) ride c) to ride d) rides 2. You can cook meal in the _____. a) livingroom b) bedroom c) bathroom d) kitchen 3. _____ an Internet cafe in this town. a) There are b) There is c) There aren't d) There be 4. Danny _____ at work yesterday, but he _____ at work today. a) was / is b) wasn't / isn't c) was / isn't d) is / isn't 5. Ann and Max usually _____ sailing at weekends, but last weekend they _____ tennis. a) goes / played b) go / played c) went / play d) went / played	
Cevap Anahtarı		1-b, 2-d, 3-b, 4-c, 5-b	
Kaynak Kitap/lar		 English for Life (Oxford University Press) + Student's Book + Workbook + iTools (Digital Teaching Resources)	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		 Oxford Practice Grammar by Norman Coe, Mark Harrison, Ken Paterson (Oxford University Press) English Grammar in Use by Raymond Murhpy (Cambridge University Press)	

TOGÜ094 Değerlerimiz

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15-12.00
Derslik	138
Dersin Amacı	İletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin insanı hızla yalnızlaştırdığı ve toplumdan giderek soyutladığı bir çağda Değerler Eğitimi dersinin amacı, öğrencilerimize hem insan olarak kendi değerini anlatmak; hem de sosyal bir varlık olarak birlikte yaşadığı insanlara karşı sorumluluklarını hatırlatmaktır. Bu kapsamda hem ulusal hem de evrensel nitelik taşıyan değerlere karşı farkındalık yaratmak dersin amaçları arasındadır. Böylece öğrencilere kendi yaşantılarını, değerler bağlamında sorgulama ve yeniden gözden geçirme fırsatının da sunulacağı düşünülmektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Yardımseverlik
	Yardımseverliğin, hiçbir karşılık beklenmeden ihtiyacı olan için yapılan eylemler olduğunu bilir.
	Toplumda sosyal adaletin ve karşılıklı anlayışın gelişmesi adına yardımlaşmanın önemini kavrar.
	Yardımseverlik değerinin, toplumun her bireyine birtakım sorumluluklar yüklediğini kavrar.
	Hoşgörü
	Her insanın doğuştan gelen ya da kişisel yönelimlerinin sonucu olan birtakım farklılıklara sahip olduğunu ve bu farklılıkların bizleri daha iyi ya da daha kötü kişiler yapmadığını kavrar.
	Her farklılığın, bu farklılığı paylaşan insanların sayısından bağımsız olarak eşit ölçüde saygıyı hak ettiğini bilir.
	“Hoşgörü” kavramının, “hoş” olmayana karşı tahammül gösterme değil; farklılıklara saygı, onları tanıma ve kabul etme anlamına geldiğini analiz eder.
	Sevgi
	Bir birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada sevgi dilini kullanır.
	Dürüstlük
	Bireylerin yaşadığı toplumda dürüst bir insan olma bilincinde hareket etmesinin gerekliliğini kavrar.
	İyilik bağlamında yaşama bilincinin önemini kavrar.
	Çevreye duyarlılık
	Yakın çevresinde meydana gelen toplumsal sorunların neler olduğunu kavrar.
	Küresel anlamda meydana gelen sorunlarının neler olduğunu değerlendirir.
	Toplumsal ve küresel sorunlara farkındalık kazandırıp, çözüm önerilerinin üretir.
	Doğal çevrenin önemini kavrar.
	Sorumluluk
	Bireyin hem kendisine, hem de çevresine (aile, ülke, dünya) karşı sorumluluklarını kavrar.
	Adalet
	Adalet ve eşitlik kavramlarının aynı şeyler olmadığını kavrar.
	Adil bir toplum için devletler kadar bireylere de önemli sorumluluklar düştüğünü analiz eder.

	Toplumsal çatışmaların önlenmesi için sosyal adaletin önemini analiz eder.	
	Çalışkanlık	
	Çalışkanlık ve üretken olmanın önemini kavrar.	
	Çalışkanlık ve üretken olmanın bireye kazandırdıklarının farkına varır.	
	Başarılı olmuş insanların pes etmeyen, çalışkan karakterde olduklarını analiz eder	
	Saygı	
	Birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada saygıyı ön planda tutmanın önemini açıklar.	
	Bir birey olarak farklılıklara saygının ne demek olduğunu analiz eder.	
	Tasarruf	
	Çevremizi kuşatan tüketim kültürüne karşı farkındalık kazanır.	
	Toplumun bir parçası olarak sınırlı kaynaklarla sınırsız bir şekilde tüketmenin mümkün olmadığını ancak tasarrufla bir dengenin oluşabileceğini kavrar.	
	Vatanseverlik	
	Vatanseverliğin, söylemle değil eylemle ilgili bir değer olduğunu kavrar.	
	Doğal ve kültürel mirasa duyarlılığın, vatanseverliğin önemli bir unsuru olduğunu değerlendirir.	
	Vatanseverliğin, bir görev ahlakı gerektirdiğini analiz eder.	
	Aile birliğine önem verme	
	Aile olmanın önemini kavrar.	
	Ailede sevgi, saygı, hoşgörü, işbirliği ve birlikteliğin, mutlu bireyler için önemini analiz eder.	
	Genel değerlendirme	
	Değerlerimiz dersinin kendisinde oluşturduğu farkındalıkları değerlendirir	
	Değerlerimiz dersinin kendisinde yarattığı davranış değişikliklerinizi analiz eder.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 04.02.2026	Giriş	-
2 11.02.2026	Yardımseverlik	PY4
3 18.02.2026	Hoşgörü	PY4
4 25.02.2026	Sevgi	PY4
5 04.03.2026	Dürüstlük	PY4
6 11.03.2026	Çevreye duyarlılık	PY4
7 25.03.2026	Sorumluluk	PY4
8 01.04.2026	Adalet	PY4
04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9 15.04.2026	Çalışkanlık	PY4
10 22.04.2026	Saygı	PY4
11 29.04.2026	Tasarruf	PY4
12 06.05.2026	Vatanseverlik	PY4
13 13.05.2026	Aile birliğine önem verme	PY4
14 20.05.2026	Genel değerlendirme	PY4
02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, içerik olarak belirlenen temel değerlere dayalı olarak hazırlanacak proje görevleriyle gerçekleştirilecektir. Proje görevinin geçme notuna etkisi %100'dür.	
Örnek Sorular	Seçilen değere yönelik hazırlanan projeler şu kriterlere göre değerlendirilecektir: 1. Gerekli yazışmaların yapılması 2. Ön hazırlık sürecinin tamamlanması 3. Projenin uygulanıp tamamlanması 4. Proje posterinin ve raporunun hazırlanması 5. Projenin zamanında sınıfta sunulması	

	6. Düzen ve tertip 7. Harcanan zaman ve emek
Cevap Anahtarı	
Kaynak Kitap/lar	https://www.youtube.com/watch?v=oSvQOb8q7fk&t=88s https://www.youtube.com/watch?v=OKHvuUz5EzE https://www.ntv.com.tr/saglik/hosgoru-mutlu-ediyor-basariya-ulasiriyor-16-kasim-uluslararası-hosgoru-gunu,RgzYplhygUu2QsG7Ywe0Yw https://www.youtube.com/watch?v=vwAFguJLTGk https://www.youtube.com/watch?v=U-egpNmIqpY https://www.youtube.com/watch?v=RMtE2oMy_e4 https://www.youtube.com/watch?v=Nmd-jYUiTM0 https://www.youtube.com/watch?v=t2JBPFIFR2Y https://www.youtube.com/watch?v=XVNVrhr1pK8 http://www.cevremuhendisligi.org/index.php/cevire-aktuel/haberler/1067-copleri-temizlemeye-tesvik-etme-trashtag (Haber 1“Gelmiş Geçmiş En Yararlı Akım #Trashtag, Çöpleri Temizlemeye Teşvik Eden Meydan Okuma”) https://siyamder.org/haberler/basin-bulteni-dunya-temizlik-gunu-lets-do-it-haydi-yapalim-hareketi/ https://www.youtube.com/watch?v=K-lwDSy2fdw https://www.nkfu.com/adalet-ve-esitlik-kavramlari-arasindaki-iliski/ https://gelisenbeyin.net/egitimde-adalet-ve-otesi.html
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

2. Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

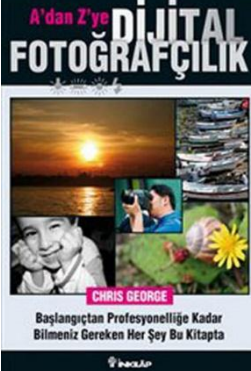
HİT235 Fotoğrafçılık

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Yasemin AKTAŞ
Oda Numarası	105
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-posta	yasemin.aktas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 10.15-12.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Öğrencilere fotoğrafçılığın temel teknik ve estetik ilkelerini kazandırmak; reklam ve tanıtım odaklı etkili görseller üretebilme becerisi geliştirmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Fotoğrafçılığa giriş
	Fotoğrafın ne olduğu konusunda bilgi sahibi olabilecektir.
	Fotoğraf tarihini ve önemli gelişmeleri anlayabilecektir.
	Reklam fotoğrafçılığının ortaya çıkış sürecini kavrayabilecektir.
	Fotoğrafın gelişim sürecinde satırbaşlarını oluşturan başlıca evreleri öğrenebilecektir.
	Fotoğraf makinesi türleri ve ekipmanlar
	Fotoğrafçılığın temel ilkelerini kavrayabilecektir.
	Fotoğraf makinesinin özelliklerini ve nasıl çalıştığını öğrenebilecektir.
	Diyaframın işlevini ve fotoğraftaki etkisini açıklayabilecektir.
	Enstantenin işlevini ve fotoğraftaki etkisini öğrenebilecektir.
	Dijital fotoğrafçılığa geçiş
	Dijital fotoğrafçılık hakkında genel bir bilgi sahibi olabilecektir.
	Dijital makineleri tanıyabilecek ve çalışma sistemini anlayabilecektir.
	Dijital fotoğrafçılığın avantajlarını ve dezavantajlarını görebilecektir.
	Dijital sistem ile analog sistemi karşılaştırabilecek ve aralarındaki farkları öğrenebilecektir.
	Objektifler ve temel optik
	Objektifin ne olduğunu öğrenebilecektir.
	Objektif çeşitlerini açıklayabilecektir.
	Lens özelliklerini tanımlayabilecektir.
	Diyafram, enstantane ve iso
	Diyafram kavramını tanımlayabilecektir.
	Net alma derinliğine etki eden faktörleri açıklayabilecektir.
	Enstantane ve hareket ilişkisini açıklayabilecektir.
	Iso değerlerinin fotoğrafa etkisini kavrayabilecektir.
	Işık ve fotoğrafta ışık kullanımı
	Reklam fotoğrafında kullanılan ışıklandırma hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Tek ışık, iki ışık, üç ışık ve çoklu ışıkların farklarını öğrenebilecektir.
	Rembrandt aydınlatması, High Key ve Low Key aydınlatmalarını anlayabilecektir.
	Işığın konuyu aydınlatmasının ötesindeki işlevlerini kavrayabilecektir.
	Kompozisyonun temelleri
	Anlam yaratmada kompozisyonun önemini kavrayabilecektir.
	Kompozisyonu oluşturan değişkenleri tanımlayabilecektir.
	Fotoğraflarda kompozisyon öğelerinin anlam oluşumunda işlevselliklerini tartışabilecektir.
	Fotoğraflarda kompozisyon öğelerini etkin bir biçimde kullanarak anlam ve estetik etkiler oluşturabilecektir.
	Reklam ve tanıtım fotoğrafçılığına giriş
	Reklam kavramına ilişkin temel ilkeleri kavrayabilecektir.
	Reklamın amaç ve hedeflerini öğrenebilecektir.

		Reklamı oluşturan temel bileşenleri kavrayabilecektir.	
		Marka savaşları hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığının tarihsel gelişimini öğrenebilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığında uzmanlaşma	
		Reklam fotoğrafçılığında uzmanlık alanlarını tanıyabilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığının uzmanlık alanlarını sınıflandırabilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığının uzmanlık alanlarının püf noktalarını çözümleyebilecektir.	
		Dijital işleme ve görüntü düzenleme	
		Görüntü işlemeyi kavramsal düzeyde öğrenebilecektir.	
		Görüntü işleme sürecini çözümleyebilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığında kullanılan görüntü işleme uygulamalarını kavrayabilecektir.	
		Görüntü işleme uygulamalarının, reklamın işlevsellik ve görselliğine katkısını değerlendirebilecektir.	
		Reklam fotoğrafında mesaj ve stratejiler	
		Reklamın görsel bileşenlerini açıklayabilecektir.	
		Reklamın sözel bileşenlerinin önemini kavrayabilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığı ve mesaj ilişkisini çözümleyebilecektir.	
		Reklam fotoğrafı kullanımında etkili stratejilerin neler olduğunu öğrenebilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığında alternatif tekniklerin kullanımı	
		Alternatif fotoğrafçılık ortamlarını öğrenebilecektir.	
		Alternatif fotoğrafçılık tekniklerini algılayabilecektir.	
		Alternatif fotoğrafçılık anlayışının reklamcılıkta kullanımını kavrayabilecektir.	
		Alternatif fotoğrafçılık tekniklerinin avantaj ve dezavantajlarını analiz edebilecektir.	
		Reklam fotoğrafçılığında analiz teknikleri	
		Fotoğrafı konusu, aracı ve biçimi hakkında değerlendirebilecektir.	
		Fotoğrafın reklamcılık dünyasındaki önemini kavrayabilecektir.	
		Reklam fotoğrafını çeşitli yaklaşımlar çerçevesinde analiz edebilecektir.	
		Fotoğraf türleri ve portfolyo	
		Bir fotoğraf portfolyosunun niçin hazırlandığını öğrenebilecektir.	
		Bir fotoğraf portfolyosu hazırlanırken nelere dikkat edileceğini kavrayabilecektir.	
		Bir fotoğraf portfolyosunda neler bulunduğunu anlayabilecektir.	
		Fotoğraf portfolyosu hazırlarken yapılması gerekenleri açıklayabilecektir.	
		Portfolyo hazırlarken fotoğraf seçiminde dikkat edilmesi gereken hususları öğrenebilecektir.	
		Fotoğraf portfolyosunu değerlendiren kişilerin nelere dikkat ettiğini açıklayabilecektir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Fotoğrafçılığa giriş	PY1, PY6
2	22-26.09.2025	Fotoğraf makinesi türleri ve ekipmanlar	PY1
3	29.09-03.10.2025	Dijital fotoğrafçılığa geçiş	PY1, PY5
4	06-10.10.2025	Objektifler ve temel optik	PY1
5	13-17.10.2025	Diyafram, enstantane ve iso	PY1
6	20-24.10.2025	Işık ve fotoğrafta ışık kullanımı	PY1, PY5
7	27-31.10.2025	Kompozisyonun temelleri	PY1, PY5, PY6
8	03-07.11.2025	Reklam ve tanıtım fotoğrafçılığına giriş	PY1, PY5, PY12, PY16
	08-16 Kasım 2025	Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Reklam fotoğrafçılığında uzmanlaşma	PY1, PY5, PY12, PY16
10	24-28.11.2025	Dijital işleme ve görüntü düzenleme	PY1, PY4, PY5

11	01-05.12.2025	Reklam fotoğrafında mesaj ve stratejiler	PY1, PY5, PY6, PY12, PY16
12	08-12.12.2025	Reklam fotoğrafçılığında alternatif tekniklerin kullanımı	PY1, PY5, PY12, PY16
13	15-19.12.2025	Reklam fotoğrafçılığında analiz teknikleri	PY1, PY5, PY11, PY12, PY16
14	22-26.12.2025	Fotoğraf türleri ve portfolyo	PY1, PY6, PY11
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		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.	
Örnek Sorular		1. Fotoğraf nedir? (20 P) 2. Objektif çeşitleri nelerdir, açıklayınız. (20 P) 3. Profil fotoğrafçılığı hakkında bilgi veriniz. (20 P) 4. Reklam fotoğraflarında aydınlatma ve ışık kullanımının önemini maddeler halinde sıralayınız. (20 P) 5. Reklam çözümlemesinde kullanılan yaklaşımları açıklayınız (20 p)	
Cevap Anahtarı		1. fotoğraf; bizim için olan, içerisinde “her zaman” bize ait birtakım duygular, düşünceler, hatıralar, değerler barındıran; kimi zaman bir karşı çıkış, bir haykırış, kimi zaman da duygularımızın, ışığın belirginleştirdiğini kamera/akıllı iletişim araçlarının kayda alması, kamerayı kullananların bakışı açısıyla estetik bir ifadeye dönüş(türül)müş hâlidir. 2. Fotoğraf makinelerinde kullanılan objektifler çalışacağımız konuya ve konunun teknik özelliklerine göre değişir. Objektif seçiminde konu hakkında doğru bilgiler vermek temel amaçtır. İlgiyi konu üzerinde toplayarak arka veya ön planları flulaştırmak mümkündür. Aynı görüntüyü her objektifle alabileceğimiz gibi, alınan bu görüntüler arasında psikolojik ve teknik farklılıklar olacaktır. Objektif Çeşitleri • Normal Objektif • Geniş Açılı Objektif • Dar (Tele) Objektif • Zoom (Değişken odaklı) Objektif • Asal (Sabit Odaklı) Objektifler • Makro Objektif • Balık Gözü Objektif • Tilt-Shift objektifler 3. Konu olarak insanın kişiliğinin, duygularının iç dünyasının ele alındığı fotoğrafa portre fotoğrafı denir. Portre fotoğraflar fotoğrafa ilgi duyan herkesin sıklıkla yaptıkları çekimlerdir. Portre, insanın konu edildiği bir fotoğrafçılık dalı olduğu için teknikten önce portrecinin insanı anatomik ve psikolojik olarak tanıması gerekir. Konu olarak seçtiğimiz insanın en iyi nerede ve nasıl fotoğraflanacağını tespiti için bu önemlidir. Portresi çekilen kişinin nasıl biri olduğunu, kendini en iyi nasıl ifade ettiğini düşünün. Örneğin, neşeli bir yapısı varsa gülerken çekin. Portre fotoğraf çekerken modelin poz vermediği, doğal davrandığı bir anı yakalamak önemlidir. Birçok insan için kamera önünde durmak başlı başına bir gerginlik sebebidir. Bu durumda modelle konuşup, rahatlatıp, rahat hissetmesini sağlamalısınız. Kameranın orada olduğunu unutturabilirsiniz	

	mükemmel fotoğraflar elde edebilirsiniz. Düz bir arka plan olan stüdyo sistemi portre fotoğraf için en elverişli düzenektir. Modeli arka plandan ayırmak ve istenmeyen objelerden kurtulmak için çok uygundur. Modeli herhangi bir ortamda fotoğraflamak çok daha fazla şey anlatan vurucu fotoğraflar ortaya çıkarıyor. Modelinizin hobilerini, ilgilerini en sevdiği yerleri öğrenip o mekânlarda çekim yapmak etkili olabilir. Teknik olarak portre fotoğraflarında odak uzaklığı fazla olan dar açılı objektifler kullanılır. İdeal portre objektifi 80-90mm kabul edilir. Bunun amacı dar açılı objektifle alan derinliğini azaltarak yani arka planı netsizleştirerek kişiyi arka plandan ayırmaktır. Portre fotoğraf çekerken konu ışığa geldiğinde, asla kameranın üzerindeki flaşa güvenmeyin. Hatta onu asla kullanmayın diyebiliriz. Çünkü modeli karşıdan aydınlatmak yüzdeki tüm gölgeleri, yüz hatlarını, ifadeyi dümdüz yapar. 4. Aydınlatma ve kompozisyon düzenlemesi “uyandırılmak istenen etki” açısından çok önemlidir. Konuya müdahale etmek, istenen etkiyi uyandırmak bağlamında adeta bir zorunluluktur. Fotoğrafın kusursuz olması ve stratejiye uygun tasarlanması için her türlü teknik müdahaleye başvurulur. <i>Fotoğrafçıdan beklenen, verilen koşullar çerçevesinde teknik açıdan en doğru fotoğrafı elde etmesidir.</i> Işık, film, kâğıt ve sensör gibi duyarlı malzeme ler aracılığıyla kaydedilir. Işık, fotoğrafın güçlü ve etkili anlatım araçlarından biri olmasını sağlayan temel unsurdur. İzleyenlerin duyularını harekete geçirir. Işığın işlevleri şu başlıklar altında sıralanabilir: • Nesneleri görünür kılar. • Lekeyi vurgular. • Dokuyu vurgular. • Hacim ve derinlik izlenimi verir. • Saydamlığı vurgular. • Rengi vurgular. • Fotoğrafın siyah-beyaz yapısını oluşturur. • Atmosfer yaratır. 5. Günümüze gelinceye değin reklam üzerine birçok araştırma yürütülmüş; özellikle de reklamların hedef kitlesine ne gibi mesajlar aktardığı konusu her dönem merak toplamıştır. Bu sorgulamanın temelinde ise reklamların, planlı mesajlar aracılığıyla tüketici üzerinde psiko-sosyal davranışlar geliştirmek, çeşitli değer ve ilgi konularını bireyin bilinçaltında geliştirmek amacı yatmaktadır. Kitle iletişim araçlarından geçerek tüketiciyle buluşturulan reklamlar ağırlıklı olarak, • Göstergebilimsel • Psikanalitik • İdeolojik • Toplumbilimsel • Feminist • Göstergelerarası çözümleme yöntemleriyle analiz edilmektedir.
Kaynak Kitap/lar	Bayraktaroğlu, A. M. (Ed.). (2013). <i>Reklam fotoğrafçılığı</i> (3. baskı). Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayını.

	  TEMEL FOTOĞRAFÇILIK KALDIO TV DİJİTAL PROGRAMI DR. ÖZGÜR TUNALI AKYOL İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ	Akyol, O. (2021). <i>Temel fotoğrafçılık</i>. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		George, C. (2018). <i>A'dan Z'ye dijital fotoğrafçılık</i> (B. Toprak, Çev.). İnkılap Kitabevi.

HİT261 Halkla İlişkiler Kampanyaları

Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Öğrencilerin, halkla ilişkiler kampanyalarının temel kavramlarını, amaçlarını ve planlama süreçlerini kavrayarak, kurumsal hedeflerle uyumlu etkili kampanya stratejileri geliştirebilmesini sağlamak.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kampanya kavramı
	Kampanya ve halkla ilişkiler kampanyası kavramlarını tanımlar.
	Kampanya türlerini ve temel özelliklerini açıklar
	Kampanya süreci ve temel aşamalar
	Halkla ilişkiler kampanya sürecinin temel aşamalarını sıralar.
	Araştırma aşamasının önemini örneklerle açıklar.
	Araştırma: veri toplama ve analiz
	Halkla ilişkiler kampanyasında kullanılan temel veri toplama yöntemlerini açıklar.
	SWOT ve PEST analizlerini uygulayarak durum analizi yapar.
	Durum ve hedef kitle analizi
	Durum analizinin adımlarını ve önemini açıklar.
	Hedef kitlenin belirlenme sürecini ve hedef kitle türlerini ayırt eder.
	Amaç, mesaj, strateji
	Kampanya amaçlarını ve hedeflerini oluşturur.
	Etkili mesaj geliştirme tekniklerini uygular.
	Medya ve bütçelendirme
	Medya planlaması ve araçlarını sıralar.
	Bütçelendirme ve zaman planı hazırlamanın temel ilkelerini açıklar.
	Uygulama, koordinasyon, değerlendirme
	Uygulama ve koordinasyon sürecinde rol ve sorumlulukları belirler.
	Kampanya etkinliğini ölçme ve değerlendirme tekniklerini açıklar.
	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 1
	Sosyal sorumluluk kampanya örneklerini analiz eder.
	Başarılı ve başarısız kampanya örneklerinden sonuçlar çıkarır.
	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 2
	Sektörler arası kampanya uygulamalarını karşılaştırır.
	Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının toplumsal etkilerini analiz eder.
	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 3
	Kriz iletişimi kampanyalarını vaka analizleriyle değerlendirir.
	Medya ve iletişim stratejilerinin kriz dönemlerinde kullanımını tartışır.
	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 4
	Dijital kampanya örneklerinin temel özelliklerini sıralar
	Dijital araçların etkinliğini vaka üzerinden değerlendirir.
	Grup projesi - hazırlık ve planlama
	Literatüre dayalı grup kampanya planı oluşturur.
	Grup içinde iş birliğiyle kampanya sürecini yönetir.
	Grup projesi - uygulama
	Grup kampanya planının uygulama ve değerlendirme süreçlerini gerçekleştirir.
	Hazırlanan kampanyayı sunar ve sınıf içi değerlendirme yapar.
	Grup projesi - sunum ve öz değerlendirme

		Sunum sonrası grup çalışmasını öz-değerlendirir ve eksikleri analiz eder. Sınıf içi ve öğretim üyesi geribildirimlerini değerlendirir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Kampanya kavramı	PY1, PY3
2	22-26.09.2025	Kampanya süreci ve temel aşamalar	PY1, PY3, PY15, PY16
3	29.09-03.10.2025	Araştırma: veri toplama ve analiz	PY1, PY5, PY15, PY16
4	06-10.10.2025	Durum ve hedef kitle analizi	PY1, PY5, PY11, PY17
5	13-17.10.2025	Amaç, mesaj, strateji	PY1, PY5, PY6, PY17
6	20-24.10.2025	Medya ve bütçelendirme	PY1, PY12, PY13, PY16
7	27-31.10.2025	Uygulama, koordinasyon, değerlendirme	PY1, PY7, PY13, PY16
8	03-07.11.2025	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 1	PY1, PY9, PY11, PY12, PY16
08-16 Kasım 2025		Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 2	PY1, PY9, PY11, PY12, PY16
10	24-28.11.2025	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 3	PY1, PY11, PY12, PY16
11	01-05.12.2025	Kampanya örnekleri ve vaka analizi - 4	PY1, PY3, PY4, PY12
12	08-12.12.2025	Grup projesi - hazırlık ve planlama	PY1, PY7, PY13, PY16
13	15-19.12.2025	Grup projesi - uygulama	PY1, PY6, PY7, PY13, PY16
14	22-26.12.2025	Grup projesi - sunum ve öz değerlendirme	PY6, PY7, PY13
29 Aralık 2025-8 Ocak 2026		Dönem Sonu Sınavı	
13-21 Ocak 2026		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize (sınav %30 + ödev %10) %40, final (yazılı sınav %30 + uygulama %30) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Halkla ilişkiler kampanyasının temel aşamaları nelerdir? Her aşamanın amacı kısaca açıklayınız. (20 P) 2. SWOT analizinin halkla ilişkiler kampanyalarındaki işlevini örneklerle açıklayınız. (20 P) 3. Bir halkla ilişkiler kampanyasında hedef kitle belirlemenin önemi nedir? (20 P) 4. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kampanyalarının kurumlara sağladığı en önemli üç faydayı yazınız. (20 P) 5. Bir halkla ilişkiler kampanyasında medya planlamasının temel ilkelerini kısaca açıklayınız. (20 P)	
Cevap Anahtarı		1. Halkla ilişkiler kampanyası dört temel aşamadan oluşur: a. Araştırma: Kampanyanın amacını, hedef kitlesini ve mevcut durumu belirlemek için verilerin toplandığı, analiz edildiği başlangıç aşamasıdır. b. Planlama: Amaç, hedef, mesaj, strateji ve bütçenin oluşturulduğu, tüm sürecin tasarlandığı aşamadır. c. Uygulama: Hazırlanan planın hayata geçirildiği, mesajların ve etkinliklerin hedef kitleyle buluşturulduğu uygulama dönemidir.	

	d. Değerlendirme: Kampanya sonuçlarının ölçüldüğü, başarı ve eksiklerin analiz edildiği aşamadır. Her aşama kampanyanın amacına ulaşmasını ve etkinliğinin artmasını sağlar. 2. SWOT analizi, bir halkla ilişkiler kampanyasında kurumun güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevredeki fırsat ve tehditleri belirler. Örneğin, bir belediyenin çevre bilinci kampanyası yapacağı varsayılın. Güçlü yön olarak belediyenin yüksek bütçesi ve sosyal medyada etkinliği belirlenirken, zayıf yön olarak kamuoyunda güven eksikliği tespit edilebilir. Fırsat, yerel basının destek vermesi olabilirken; tehdit ise rakip bir kurumun benzer kampanya başlatmasıdır. SWOT analizi sayesinde stratejiler bu analiz bulgularına göre oluşturulur, kampanyanın başarısı artırılır. 3. Hedef kitle, kampanyanın başarıya ulaşması için mesajların ve araçların kime yöneltileceğinin açıkça tanımlandığı gruptur. Hedef kitle doğru belirlenirse, kampanyanın dili, içeriği ve iletişim kanalları bu gruba uygun şekilde uyarlanabilir. Yanlış veya belirsiz hedef kitle seçimi, kampanya kaynaklarının verimsiz kullanılmasına ve mesajın etkisiz kalmasına neden olur. Hedef kitleye özgü iletişim, algı yönetimi ve katılımı güçlendirir; bu nedenle doğru tespit kritik önemdedir. 4. KSS kampanyaları kurumlara üç temel fayda sağlar: İtibar ve güven artışı: Toplumsal duyarlılıkla hareket eden kurumlar, kamuoyu ve paydaşlar nezdinde daha güvenilir ve saygın algılanır. Marka sadakati ve müşteri bağlılığı: Sorumlu davranan kurumlar, müşterilerinin ve toplumun uzun vadeli desteğini kazanır. Çalışan motivasyonu ve bağlılığı: Kurumsal sorumluluk projeleri çalışanların kuruma olan bağlılığını, motivasyonunu ve gururunu artırır. 5. Medya planlamasında temel ilkeler şunlardır: • Hedef kitle analizi: Medya seçimi, mesajın ulaşacağı kitleye göre yapılır. • Araç çeşitliliği: Geleneksel ve dijital medya kanalları birlikte değerlendirilir. • Bütçe uyumluluğu: Medya seçimi kurumun bütçesine uygun olmalıdır. • Zamanlama: Mesajların ne zaman ve hangi sıklıkla iletileceği planlanır. • Etkinlik ve ölçüm: Seçilen medya araçlarının performansı düzenli olarak değerlendirilir ve gerekirse strateji güncellenir.
--	---

Kaynak Kitap/lar



Başok, N. (2013). *Halkla İlişkiler Kampanyaları* (Ders Notu). Atatürk Üniversitesi Yayınları.



T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2011). *Halkla İlişkilerde Kampanya* (Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Modül Kitabı). Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.



KİTLE İLETİŞİMİNDE SOSYAL SORUMLULUK
KAMPANYALARI

HALKLA İLİŞKİLER UZAKTAN EĞİTİM PROGRAMI

DOÇ. DR. NİLÜFER FATMA GÖKSU
DR. ÖĞR. ÜYESİ NECLA ODYAKMAZ ACAR (CANLI DERS)

Göksu, N. F., & Odyakmaz Acar, N. (2018). *Kitle İletişiminde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

**Yardımcı Kaynaklar
ve Okuma Listesi**



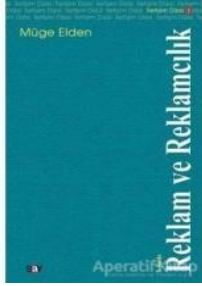
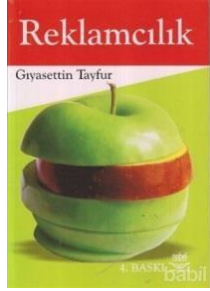
Cıngı, M. (2021). *Halkla İlişkiler Kampanyaları Ders Notu*. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yayınlanmamış Ders Notu.

HİT263 Reklamcılık

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Kamil ALACALI
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Pazartesi 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.15-12.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Bu ders; reklamcılık yönetimini, toplum ve serbest piyasa ekonomi koşulları içinde hem kurumsal bir yapı olarak hem de temel bir yönetsel fonksiyon olarak ele almaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Reklam Kavramının Çeşitli Tanımları ve Yorumlanması
	Reklamın tanımını bilir.
	Üretici ve tüketici açısından reklamı bilir.
	Dünya’da ve Türkiye’de yapılan reklamcılık tanımlarına hâkim olur.
	Tanımlar hakkında yorumlamalarda bulunabilir.
	Reklamın Tarihsel Süreci
	Türkiye’deki reklamcılık gelişimini öğrenir.
	Dünya’daki reklamcılık gelişimini öğrenir.
	Reklamcılığın gelişmesindeki etkenleri bilir.
	Reklamın Fonsiyonları
	Reklamcılığın fonksiyonlarını öğrenir
	Reklamcılığın hedeflerini öğrenir.
	Reklamda iletişim sürecini öğrenir.
	Reklamın Sınıflandırılması
	Reklamın sınıflandırmasını yapabilir.
	Üretici açısından, tüketici açısından reklamı öğrenir
	Hedef Pazar açısından ve talep açısından reklamları öğrenir.
	Konu, mesaj ve ödeme açısından reklam türlerini öğrenir.
	Coğrafi açıdan reklam türlerini öğrenir.
	İletişim araçlarına göre reklam türlerini öğrenir.
	Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar
	Reklamcılık sektörü hakkında geniş bir perspektife sahip olur.
	Reklam etiği hakkında bilgi sahibi olur.
	Türkiye’de reklamları denetleyici kurumları öğrenir.
	Reklam Mecraları
	Reklamda kullanılan iletişim araçlarını öğrenir.
	Reklamda kullanılan renkler, semboller ve işaretlerin anlamını bilir.
	Örnek reklamlar izleyerek bakış açısı kazanır.
	Reklamcılığın Diğer Disiplinlerle İlişkisi
	Reklam ve Halkla İlişkilerin ilişkisini öğrenir
	Reklam ve Pazarlama ilişkisini öğrenir
	Reklam ve İletişim ilişkisini öğrenir.
	Reklam ve Propaganda ilişkisini öğrenir.
	Reklam Kampanyaları
	Reklam kampanyalarında araştırma ve planlama aşamalarını öğrenir.
	Reklam kampanyalarında uygulama ve ölçme değerlendirme aşamalarını öğrenir.
	Reklam ve Medya Planlaması
	Medya planlaması kavramını öğrenir.
	Reklam ve medya planlaması arasında ilişki kurabilir.
	Hangi reklamın, hangi iletişim aracı ile kullanılması gerektiğinin ayrımını yapabilir.
	Reklam Yönetimi

		Reklam planlaması yapar.	
		Reklamın hedeflerini ve bütçe planlamasını öğrenir.	
		Reklam bütçesini etkileyen faktörleri ve reklam kurallarını bilir.	
		Reklamda İkna Teknikleri ve Reklam Modelleri	
		Aristoteles'in reklam üçlemesini öğrenir.	
		İkna tekniklerine hâkim olur.	
		Reklamda kullanılan modelleri öğrenir.	
		Reklamın Etkileri	
		Reklamın tüketiciler üzerindeki etkisini öğrenir.	
		Reklamın fiyatlara etkisini öğrenir.	
		Reklamın ekonomik etkilerini öğrenir.	
		Reklam savurganlığı kavramını öğrenir.	
		Grup Projesi Sunumları	
		Ders kapsamında hazırlanan öğrenci sunumları dinlenecek.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15.09.2025	Oryantasyon	
2	22.09.2025	Reklam Kavramının Çeşitli Tanımları ve Yorumlanması	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13
3	29.09.2025	Reklamın Tarihsel Süreci	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
4	06.10.2025	Reklamın Fonsiyonları	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
5	13.10.2025	Reklamın Sınıflandırılması	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
6	20.10.2025	Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY2-PY14
7	27.10.2025	Reklam Mecraları	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
8	03.11.2025	Reklam Kampanyaları	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
	17.11.2025	Reklamcılığın Diğer Disiplinlerle İlişkisi	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
9		Ara Sınav	
10	24.11.2025	Reklam ve Medya Planlaması	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
11	01.12.2025	Reklam Yönetimi	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
12	08.12.2025	Reklamda İkna Teknikleri ve Reklam Modelleri	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
13	15.12.2025	Reklamın Etkileri	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
14	22.12.2025	Grup Projesi Sunumları	PY4, PY6, PY9, PY12, PY13, PY14
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	

Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Vize ve final notuna her ders sonrası yapılan kısa bilgi testi (quiz) % 40 etki edecektir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.
Örnek Sorular	1. Reklamın temel fonksiyonlarından biri aşağıdakilerden hangisidir? A) Rakipleri küçümsemek B) Tüketicuyu bilgilendirmek C) Kamuoyunu yanıltmak D) Kar oranını gizlemek E) Haksız rekabet yaratmak Cevap: B 2. Reklamla ilgili olarak aşağıdaki yargılardan hangisi yanlıştır? A) Reklamcılığın kökeni Eski Yunan ve Roma'ya dayanır. B) Başarılı reklam metinleri kolay anlaşılır, yalın kelimelerle kurulmuş, akıcı ve algılanması kolay metinlerdir. C) Yaratıcılık bir reklamın başarılı olmasının temel koşullardan biridir. D) Günümüzde gazete reklamları diğer reklam araçlarına göre daha etkilidir. E) Reklam mesajlarının yaratılmasında temel kaynak tüketicilerdir. Cevap: D 3. Aşağıdakilerden hangisi reklamın sınıflandırılmasında kullanılan bir ölçüt değildir? A) Reklamın hedef kitlesi B) Reklamın amacı C) Reklamın mesaj içeriği D) Reklamın fiyatı E) Reklamın kullanılan mecra türü Cevap: D 4. Başarılı bir reklam kampanyasının en önemli unsurlarından biri aşağıdakilerden hangisidir? A) Belirsiz hedef kitlenin seçilmesi B) Mesajın net, açık ve ikna edici olması C) Kaynakların rastgele kullanılması D) Rekabetin göz ardı edilmesi E) Planlamadan uygulamaya geçilmesi Cevap: B 5. Reklamda kullanılan ikna tekniklerinden "otoriteye başvurma" aşağıdaki durumlardan hangisine örnektir? A) Ünlü bir doktorun sağlık ürününü tanıtmayı B) Ürünün fiyatının düşürülmesi C) Renkli ambalajla dikkat çekme D) İndirimli kampanya duyurusu E) Mizahi bir slogan kullanılması

	Cevap: A	
Kaynak Kitap		Yazar/Editör: Reklam ve Reklamcılık – Müge ELDEN
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 	Reklamcılık - Gıyasettin Tayfur Reklamcılık Fusun Topsümer

HİT265 Tüketici Davranışları

Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Tüketici davranışlarını disiplinler arası bir bakış açısıyla analiz ederek, halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamalarında tüketici odaklı strateji geliştirme ve etkili iletişim kurma becerisi kazandırmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Tüketici davranışları
	Tüketim kavramının ne olduğunu anlayabilecektir.
	Tüketici, müşteri ve alıcı kavramları arasındaki ilişkileri ve tüketici davranışlarının temel ilkelerini kavrayabilecektir.
	Tüketici davranışlarının diğer bilim dalları ile ilişkilerini öğrenebilecektir.
	Algılama
	Algılamanın ne olduğunu anlayabilecektir.
	Algılamanın nasıl gerçekleştiği hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	İnsanların farklı algılamasına neden olan faktörleri öğrenebilecektir.
	Öğrenme
	Öğrenmenin ne olduğunu kavrayabilecektir.
	Öğrenmenin nasıl gerçekleştiğini ve tüketicilerin olaylar karşısında nasıl tepki verdiğini değerlendirebilecektir.
	Öğrenme sonucunda gerçekleşen davranışların neler olduğunu anlayabilecektir.
	Güdülenme
	Güdü, dürtü ve ihtiyaç kavramlarını anlayabilecektir.
	Güdü türlerini ve özelliklerini açıklayabilecektir.
	Güdülenme sürecini öğrenebilecektir.
	Kişilik ve benlik
	Kişilik kavramını ve özelliklerini öğrenebilecektir.
	Kişilik oluşumunda etkili olan unsurları kavrayabilecektir.
	Benlik türlerini ve kişiliğe yansımalarını öğrenebilecektir.
	Değerler ve yaşam biçimi
	Değerler kavramını açıklayabilecektir.
	Değerlerin ölçülmesinde kullanılan yöntemler hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Tüketici değerleri ve pazarlama arasındaki ilişkiyi kavrayabilecektir.
	Tutumlar
	Tutum kavramını tanımlayabilecektir.
	Tutumların özelliklerini kavrayabilecektir.
	Tutum kuramları ve tutum oluşturma süreci hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Referans grupları ve aile
	Referans grubunun ne olduğunu kavrayabilecektir.
	Bireyleri yaşamları boyunca etkileyen referans gruplarının türlerini, özelliklerini ve bireyler üzerinde hangi tür etkiler yarattığını öğrenebilecektir.
	Referans grubu olarak ailenin birey üzerinde yaşam boyu süren etkisini anlayabilecektir.
	Sosyal sınıf
	Sosyal sınıf kavramını, tanımını ve özelliklerini kavrayabilecektir.
	Sosyal sınıfı belirleyen değişkenlerin neler olduğunu öğrenebilecektir.

		Sosyal sınıf oluşturmada kullanılan ölçütleri ve bunları oluşturma zorluklarını anlayabilecektir.
		Kültür
		Kültür kavramını açıklayabilecektir.
		Kültürün özelliklerini yorumlayabilecektir.
		Alt kültür, karşıt kültür, millî kültür, evrensel kültür, kültür şoku gibi kavramları örneklerle açıklayabilecektir.
		Tüketici karar alma süreci I
		Tüketici kavramını tanıyabilecektir.
		Tüketicinin amaçlarını belirleyebilecektir.
		Tüketicinin satın alma davranışını açıklayabilecektir.
		Tüketici karar alma süreci II
		Tüketici davranışını açıklayabilecektir.
		Tüketicinin satın alma davranışı değerlendirebilecektir.
		Tüketicinin satın alma kararında etkili faktörleri anlayabilecektir.
		Tüketici karar türleri ve ilgilenim
		Tüketici satın alma karar türleri hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
		İlgilenim kavramını tanımlayabilecektir.
		İlgilenimin boyutları, öncülleri ve sonuçları arasındaki ilişkiyi kurabilecektir.
		Tüketici yandaşlığı, tüketici hak ve sorumluluğu
		Tüketici yandaşlığı kavramını tanımlayabilecektir.
		Tüketici bilinci ve eğitimi ile tüketici örgütlenmesinin önemini açıklayabilecektir.
		Evrensel tüketici haklarını tanımlayabilecektir.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 15-19.09.2025	Tüketici davranışları	PY1, PY5
2 22-26.09.2025	Algılama	PY1, PY16
3 29.09-03.10.2025	Öğrenme	PY1, PY16, PY17
4 06-10.10.2025	Güdülenme	PY1, PY5
5 13-17.10.2025	Kişilik ve benlik	PY1, PY5, PY17
6 20-24.10.2025	Değerler ve yaşam biçimi	PY1, PY5, PY17
7 27-31.10.2025	Tutumlar	PY1, PY5, PY17
8 03-07.11.2025	Referansları grupları ve aile	PY1, PY5, PY9
08-16 Kasım 2025	Ara Sınav	
9 17-21.11.2025	Sosyal sınıf	PY1, PY5, PY9
10 24-28.11.2025	Kültür	PY1, PY5, PY16, PY17
11 01-05.12.2025	Tüketici karar alma süreci I	PY1, PY5, PY16, PY17
12 08-12.12.2025	Tüketici karar alma süreci II	PY1, PY5, PY17
13 15-19.12.2025	Tüketici karar türleri ve ilgilenim	PY1, PY5, PY9, PY17
14 22-26.12.2025	Tüketici yandaşlığı, tüketici hak ve sorumluluğu	PY1, PY5, PY9
29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı	
13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize (sınav %30 + ödev %10) %40, final (yazılı sınav %30 + uygulama %30) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular	1. Tüketici, müşteri ve alıcı kavramları arasındaki temel fark nedir? (20 P) 2. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre en temel ihtiyaç hangisidir ve neden ilk sırada yer alır? (20 P) 3. Tüketici davranışını etkileyen içsel faktörlerden iki tanesini yazınız ve kısaca açıklayınız. (20 P)	

	4. Referans grupları tüketici kararlarını nasıl etkiler? (20 P) 5. Tüketici karar verme sürecinde bilgi arama aşamasında tüketici hangi kaynaklara başvurabilir? (20 P)
Cevap Anahtarı	1. Tüketici, belirli bir ihtiyacı tatmin etmeye yönelik olarak mal veya hizmeti edinen ve kullanan kişidir. Müşteri ise, bir işletmeden belirli aralıklarla alışveriş yapan ve süreklilik gösteren kişidir. Her müşteri aynı zamanda bir tüketici olabilir, ancak her tüketici müşteri olmayabilir. Alıcı kavramı ise, ürünü ya da hizmeti satın alma eylemini gerçekleştiren kişiyi ifade eder. Alıcı bazen ürünü kendisi için, bazen de başkası adına satın alabilir. Özetle, tüketici ürünü kullanan, müşteri devamlı alışveriş yapan, alıcı ise satın alma işlemini yapan kişidir. 2. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde en temel ihtiyaç fizyolojik ihtiyaçlardır. Bunlar yemek, içmek, uyumak gibi yaşamsal gereksinimleri içerir. Fizyolojik ihtiyaçlar karşılanmadan bireyin üst düzey ihtiyaçlarını düşünmesi mümkün değildir. Güvenlik, ait olma, saygınlık ve kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçlar ancak fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra önem kazanır. Bu nedenle fizyolojik ihtiyaçlar piramidin en alt basamağında yer alır ve diğerlerinin ön koşuludur. Maslow'a göre insan davranışını en önce fizyolojik ihtiyaçlar motive eder. 3. Tüketici davranışını etkileyen içsel faktörlerden biri algıdır. Algı, bireyin dış dünyadan gelen uyarıları seçme, düzenleme ve yorumlama sürecidir. İkinci bir içsel faktör güdülenmedir. Güdülenme, bireyin ihtiyaçlarını karşılamak için harekete geçme sürecidir ve tüketicinin kararlarını doğrudan etkiler. Bu iki faktör, tüketicinin ürün veya hizmetleri nasıl gördüğünü ve niçin tercih ettiğini belirler. Sonuç olarak algı ve güdülenme, tüketici davranışını şekillendiren temel içsel etkenlerdendir. 4. Referans grupları, bireyin satın alma davranışlarını ve marka tercihlerini etkileyen önemli sosyal faktörlerdir. Birey, üyesi olduğu veya olmak istediği grupların değer ve normlarını dikkate alır. Bu gruplar tüketicinin hangi ürünleri veya markaları tercih edeceği konusunda yol gösterici olabilir. Arkadaş çevresi, iş grupları ya da aile, bireyin tutum ve davranışlarını şekillendirir. Özellikle gençler ve sosyal etkileşime açık bireyler, referans gruplarının etkisiyle karar verirler. Sonuç olarak, referans grupları tüketici için hem bilgi kaynağı hem de davranış modeli oluşturur. 5. Bilgi arama aşamasında tüketici, hem içsel hem de dışsal bilgi kaynaklarından yararlanır. İçsel kaynaklar, bireyin kendi deneyimleri ve hafızasında biriktirdiği bilgilerdir. Dışsal kaynaklar ise aile, arkadaş, reklamlar, mağaza personeli ve internet gibi çevresel unsurları içerir. Tüketici, kararını vermeden önce çeşitli bilgi kaynaklarını karşılaştırır ve değerlendirir. Özellikle büyük ya da riskli alımlarda dışsal kaynakların etkisi artar. Bu süreç, tüketicinin daha bilinçli ve karşılaştırmalı bir seçim yapmasını sağlar.

Kaynak Kitap/lar	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. (2020). <i>Tüketici davranışları</i>. İstanbul Üniversitesi Yayınları. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. (2019). <i>Tüketici davranışları</i> (Yay. Haz. G. Güneş). Atatürk Üniversitesi Yayını.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Çakırer, M. A., & Bozyiğit, S. (Ed.). (2020). <i>Tüketici davranışları</i>. Nobel Akademik Yayıncılık.

HİT267 Medya Okuryazarlığı

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Kamil ALACALI
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Pazartesi 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Öğrencilerin medya içeriklerini eleştirel gözle okuyabilmeleri, yanlış bilgilere karşı farkındalık geliştirmeleri ve halkla ilişkiler mesleğinde bilinçli medya kullanımını öğrenmeleri amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kavramsal Olarak Medya Okuryazarlığı
	Medya okuryazarlığı kavramını tanımlar.
	Medya okuryazarlığının kapsamını açıklar.
	Medya okuryazarlığını iletişim bilimiyle ilişkilendirir.
	Günlük yaşamda medya okuryazarlığının önemini kavrar.
	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi
	Medya okuryazarlığının tarihi gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı eğitimine neden ihtiyaç duyulduğunu açıklayabilir.
	Medya okuryazarlığı eğitiminin ilk örnekleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı konusundaki ilk kuramcıları ve çalışmalarını tanır.
	Medya Okuryazarlığı İle İlişkili Kavramlar
	İletişim, medya, kültür ve ideoloji kavramlarını tanımlar.
	Medya okuryazarlığı ile ilgili kavramları ayırt eder.
	Kavramların halkla ilişkiler alanındaki yansımalarını tartışır.
	Kavramları günlük medya pratikleriyle ilişkilendirir.
	Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar
	Medya okuryazarlığını önemli kılan toplumsal koşulları analiz eder.
	Teknolojik gelişmelerin medya kullanımına etkilerini tartışır.
	Manipülasyon ve dezenformasyonun birey üzerindeki etkilerini açıklar.
	Medya okuryazarlığının güncel gerekliliğini kavrar.
	Medya Okuryazarlığının Temel Konuları
	Medya içeriklerini (haber, reklam, film/dizi, belgesel, sosyal medya vb.) türlerine göre ayırt eder ve bu içeriklerin dilini, mesajını ve anlam düzeylerini analiz eder.
	Medya mesajlarının toplumsal, kültürel ve bireysel etkilerini değerlendirerek eleştirel bir bakış açısı geliştirir.
	Medya içeriklerinde kullanılan yöntemleri, hedef kitleye yönelik stratejileri ve sorumluluk boyutunu kavrar.
	Dijital platformlar ve geleneksel medya üzerinden yayılan içeriklerin etik, bilinçli ve sorumlu bir şekilde tüketilmesine yönelik beceriler kazanır.
	Medya içeriklerini (haber, reklam, film/dizi, belgesel, sosyal medya vb.) türlerine göre ayırt eder ve bu içeriklerin dilini, mesajını ve anlam düzeylerini analiz eder.
	Medya Okuryazarlığında Farklı Kuram ve Yaklaşımlar
	Medya okuryazarlığı alanındaki başlıca kuram ve yaklaşımları tanır ve birbirleriyle ilişkilerini açıklar.
	Farklı kuramların medya içeriklerini analiz etme ve yorumlama yöntemlerini karşılaştırır.
	Kuram ve yaklaşımların halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarındaki pratik etkilerini değerlendirir.
	Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar
	Aşılmacı, korumacı, güçlendirmeci, çözümlemeci ve eleştirel yaklaşımların temel özelliklerini tanır ve ayırt eder.

		Her yaklaşımın medya mesajlarını değerlendirme ve yorumlama yöntemlerini analiz eder.	
		Medya Okuryazarlığında İletişim	
		Kaynak, mesaj, kanal, alıcı unsurlarını tanımlar.	
		Medya okuryazarlığı ile iletişim sürecini ilişkilendirir	
		Etkin iletişim kurma yollarını öğrenir.	
		Bilginin kalitesi üzerine etki eden sorunlar	
		Bilginin kaynağı ve güvenilirliği konusunu kavrar.	
		Medyada gerçekliği sunumu hakkında fikir sahibi olur.	
		Dezenformasyon ve manipülasyon kavramlarını tanır.	
		Medyadaki içeriklerin doğruluğu konusunda analiz yapabilir.	
		Medyada yalan – yanlış bilgi sorunu	
		Yalan haber, yanlış bilgi kavramlarını kavrar.	
		Geleneksel ve dijital medyada üretilen yalan haber çeşitlerini bilir.	
		Dijital medya ortamlarındaki içeriklerin doğruluğu konusunda şüphe eder ve gerektiğinde doğruluk analizi yapabilir.	
		Sosyal medyada dezenformasyon konusunda bilgi sahibi olur ve yalan haberlerin yayılmasına aracılık etmez.	
		Medya Okuryazarlığında Temsil Sorunu (Aktif Birey, İzleyici, Öğrenci)	
		Temsil kavramını medya bağlamında tanımlar.	
		Aktif birey ve pasif izleyici arasındaki farkı açıklar.	
		Öğrencinin aktif medya kullanıcısı rolünü kavrar	
		Medyada temsil sorunlarının toplumsal yansımalarını tartışır.	
		Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya	
		Sosyal medyanın medya okuryazarlığındaki rolünü kavrar.	
		Sosyal medyada yanlış bilgi ve dezenformasyonu analiz eder.	
		Sosyal medyada güvenilir içerik ayırt etme becerisi kazanır.	
		Medya okuryazarlığı uygulamaları	
		Medya okuryazarlığı uygulamaları	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program yeterliliği
1	15.09.2025	Oryantasyon	
2	22.09.2025	Medya okuryazarlığı kavramı	PY2-PY4-PY9
3	29.09.2025	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi	PY1-PY2-PY11
4	06.10.2025	Medya Okuryazarlığı İle İlişkili Kavramlar	PY1-PY11
5	13.10.2025	Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar	PY1-PY9-PY11
6	20.10.2025	Medya Okuryazarlığının Temel Konuları	PY1-PY9-PY11
7	27.10.2025	Medya Okuryazarlığında Farklı Kuram ve Yaklaşımlar	PY1-PY9-PY11
8	03.11.2025	Medya Okuryazarlığında İletişim	PY2-PY9
		Ara Sınav 8-16 Kasım 2025	
9	17.11.2025	Bilginin kalitesi üzerine etki eden sorunlar	PY9-PY11
10	24.11.2025	Medyada yalan – yanlış bilgi sorunu	PY6-PY9-PY11
11	01.12.2025	Medya Okuryazarlığında Temsil Sorunu (Aktif Birey, İzleyici, Öğrenci)	PY6-PY9-PY11
12	08.12.2025	Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya	PY11-PY9
13	15.12.2025	Medya Okuryazarlığının Hukuksal Boyutu	PY11-PY9
14	22.12.2025	Medya okuryazarlığı uygulamaları	PY9-PY11
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	

Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Vize ve final notuna her ders sonrası yapılan kısa bilgi testi (quiz) % 40 etki edecektir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.
----------------------	--

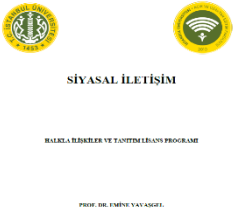
Örnek Sorular	1. Medya okuryazarlığının temel amacı aşağıdakilerden hangisidir? A) Medya araçlarının teknik özelliklerini öğretmek B) Medya içeriklerini sorgulamadan kabul etmek C) Medya mesajlarını analiz etme ve eleştirel değerlendirme becerisi kazandırmak D) Sadece eğlence amaçlı medya kullanımı sağlamak E) Medya reklamlarını ezberletmek CEVAP:C 2. Medya okuryazarlığının dünyada yaygınlaşmasının temel nedenlerinden biri aşağıdakilerden hangisidir? A) Televizyonun icadıyla birlikte kitlelerin artan bilgi ihtiyacı B) Yalnızca yazılı basının artması C) Medya şirketlerinin gelir elde etme isteği D) Kitap okuma oranlarının düşmesi E) İnternet öncesi dönemde gazete tirajlarının artışı CEVAP:A 3. Aşağıdaki yaklaşımlardan hangisi, bireyi medya mesajlarına karşı korumayı ve zararlı etkileri en aza indirmeyi amaçlar? A) Eleştirel Yaklaşım B) Çözümlemeci Yaklaşım C) Güçlendirmeci Yaklaşım D) Korumacı Yaklaşım E) Aşılamacı Yaklaşım CEVAP: D 4. Aşağıdaki kavramlardan hangisi, bilinçli olarak üretilen ve yanıltıcı bilgi anlamına gelir? A) Dezenformasyon B) Misinformasyon C) İletişim D) Manipülasyon E) Kurgu CEVAP: A 5. Dijital medya okuryazarlığının en önemli özelliklerinden biri aşağıdakilerden hangisidir? A) Yalnızca televizyon programlarını analiz etmeyi öğretmesi B) İnternette bilgiye erişim, doğrulama ve güvenli kullanım becerisi kazandırması C) Sadece gazetecilere yönelik olması D) Sosyal medyada reklam yapmayı öğretmesi E) Yalnızca eğlence içeriklerini değerlendirmesi CEVAP: B
----------------------	--

Kaynak Kitap	 Yazar /Editör: Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi Prof. Dr. Tekin Çelikkaya, Pagem Akademi
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	1. Atatürk Üniversitesi AÖF, Medya Okuryazarlığı 2. İstanbul Üniversitesi Uzaktan Eğitim, Medya Okuryazarlığı

HİT269 Siyasal İletişim

Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Siyasal iletişim dersi, öğrencilere siyasal iletişimin kavram, süreç ve uygulamalarını öğretmeyi, siyasal aktörleri, kampanya süreçlerini, kamuoyu oluşturmayı ve kriz dönemlerinde iletişim stratejilerini analiz ettirme becerisi kazandırmayı amaçlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Siyasal iletişime giriş: kavramlar ve tarihsel gelişim
	Siyasal iletişimi tanımlar.
	Tarihsel gelişimini açıklar.
	Siyasal propaganda
	Siyasal propagandanın amaçlarını ve yöntemlerini açıklar.
	Örneklerle eleştirir.
	Kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları
	Kamuoyunun oluşum sürecini tanımlar.
	Araştırma tekniklerini kavrar.
	Siyasal seçimler ve katılım
	Seçim türlerini açıklar.
	Siyasal katılımı etkileyen faktörleri analiz eder.
	Siyasal iletişim süreci ve aktörleri
	Aktörleri ve rolleri açıklar.
	Medyanın etkisini değerlendirir.
	Siyasal pazarlama ve kampanya yönetimi
	Pazarlama stratejilerini açıklar.
	Kampanya yönetimi adımlarını kavrar.
	Dünyada ve Türkiye’de siyasal kampanyalar
	Siyasal kampanyaların ABD ve Avrupa’daki gelişimi hakkında bilgi sahibi olabilecek
	Türkiye’de geçmişten günümüze siyasal kampanyaların gelişimini öğrenebilecektir.
	İkna stratejileri ve yöntemleri
	Siyasal ikna tekniklerini açıklar.
	Bir stratejiyi eleştirel inceler.
	Siyasal reklamcılık
	Siyasal reklam türlerini tanımlar.
	Etkin bir reklamın unsurlarını değerlendirir.
	Siyasal imaj ve liderlik
	Lider imajını analiz eder.
	İmaj yönetimi tekniklerini açıklar.
	Dijital siyaset ve yeni medya
	Dijital medya araçlarını tanımlar.
	Dijital siyasal kampanyaların etkisini tartışır.
	Sivil toplum, lobicilik ve kamu diplomasisi
	Sivil toplumun rolünü açıklar.
	Lobicilik ve kamu diplomasisi kavramlarını tartışır.
	Seçim müzikleri, kültür ve siyasal kimlik
	Seçim müziklerinin işlevini açıklar.
	Siyasal kültürü analiz eder.
	Güncel tartışmalar ve ders değerlendirmesi

		Güncel siyasal iletişim örneklerini tartışır.	
		Dersin genel değerlendirmesini yapar.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15-19.09.2025	Siyasal iletişime giriş: kavramlar ve tarihsel gelişim	PY1
2	22-26.09.2025	Siyasal propaganda	PY3
3	29.09-03.10.2025	Kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları	PY11
4	06-10.10.2025	Siyasal seçimler ve katılım	PY7
5	13-17.10.2025	Siyasal iletişim süreci ve aktörleri	PY6
6	20-24.10.2025	Siyasal pazarlama ve kampanya yönetimi	PY13
7	27-31.10.2025	Dünyada ve Türkiye’de siyasal kampanyalar	PY1
8	03-07.11.2025	İkna stratejileri ve yöntemleri	PY12
08-16 Kasım 2025		Ara Sınav	
9	17-21.11.2025	Siyasal reklamcılık	PY12
10	24-28.11.2025	Siyasal imaj ve liderlik	PY17
11	01-05.12.2025	Dijital siyaset ve yeni medya	PY12
12	08-12.12.2025	Sivil toplum, lobicilik ve kamu diplomasisi	PY9
13	15-19.12.2025	Seçim müzikleri, kültür ve siyasal kimlik	PY12
14	22-26.12.2025	Güncel tartışmalar ve ders değerlendirmesi	PY8
29 Aralık 2025-8 Ocak 2026		Dönem Sonu Sınavı	
13-21 Ocak 2026		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize (sınav %30 + ödev %10) %40, final (yazılı sınav %30 + uygulama %30) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60’tır.	
Örnek Sorular		1. Siyasal iletişim nedir ve temel işlevleri nelerdir? (20 P) 2. Siyasal propagandanın ana hedefi nedir? (20 P) 3. Kamuoyu nasıl oluşur ve siyasal iletişimdeki rolü nedir? (20 P) 4. Siyasal kampanya yönetiminde hangi temel adımlar bulunur? (20 P) 5. Dijital medya, siyasal iletişimde ne gibi dönüşümler sağlamıştır? (20 P)	
Cevap Anahtarı		1. Siyasal iletişim, siyasal aktörler ile toplum arasında karşılıklı bilgi, kanaat ve tutum alışverişine dayanan, ikna ve yönlendirme amacı güden iletişim süreçleridir. Temel işlevleri; toplumu bilgilendirmek, kamuoyu oluşturmak, siyasal katılımı teşvik etmek ve seçmen davranışlarını etkilemektir. 2. Siyasal propagandanın ana hedefi, belirli bir siyasi görüş veya partinin toplumsal kabulünü sağlamak ve kamuoyunu bu doğrultuda etkilemektir. Propaganda, seçmen davranışlarını yönlendirmek ve karar süreçlerini etkilemek için yoğun biçimde kullanılır. 3. Kamuoyu, toplumun belirli bir konuda genel düşünce ve eğilimlerinin toplamıdır. Siyasal iletişimde kamuoyu; siyasal kararların meşruiyeti ve etkinliğinde önemli bir rol oynar, siyasal aktörler tarafından hem oluşturulur hem de dikkate alınır. 4. Siyasal kampanya yönetimi; hedef kitlenin belirlenmesi, mesajın oluşturulması, uygun iletişim kanallarının seçimi, ikna ve etkileme stratejilerinin uygulanması ve sonuçların değerlendirilmesi gibi temel adımlardan oluşur	

	5. Dijital medya, siyasal iletişimi hızlandırmış; seçmenlere doğrudan ulaşma, anlık geri bildirim alma, kişiselleştirilmiş içerik sunma ve daha düşük maliyetle geniş kitlelere erişim gibi avantajlar sağlamıştır. Aynı zamanda bilgi dezenformasyonu ve manipülasyon riskini de artırmıştır.
Kaynak Kitap/lar	 Taşcıoğlu, R. (Ed.). (2018). <i>Siyasal İletişim</i>. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. ISBN: 978-605-7894-10-6  Yavaşgel, E. (2021). <i>Siyasal İletişim</i>. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Aziz, A. (2021). <i>Siyasal iletişim</i> (2. baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.

HİT281 Diksiyon ve Sunum Teknikleri

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Pazartesi 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 08.15-10.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Öğrencilerin Türkçeyi doğru, etkili ve güzel kullanmalarını sağlamak; topluluk karşısında özgüvenle konuşabilme, doğru telaffuz, vurgu ve tonlama becerilerini geliştirmek; etkili sunum tekniklerini öğrenerek mesleki hayatta başarılı iletişim kurmalarına katkı sunmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Diksiyon ve Etkili Konuşma
	Diksiyonun tanımını yapar ve önemini açıklar.
	Doğru ve anlaşılır konuşma ilkelerini uygular.
	Günlük iletişimde etkili konuşma tekniklerini kullanır.
	Kendi konuşma hatalarını fark ederek düzeltir.
	Diyafram Nedir? Diyafram Çalışmaları
	Diyaframın konuşmadaki rolünü açıklar.
	Diyafram nefesi ile göğüs nefesini ayırt eder.
	Nefes kontrolü için temel egzersizleri uygular.
	Konuşma sırasında nefesi doğru ve etkili biçimde kullanır.
	Sesleri Doğru Algılayabilmek ve Söylemek
	Sesleri doğru algılamanın önemini kavrar.
	Harfleri doğru çıkarabilmek için artikülasyon çalışmaları yapar.
	Yanlış telaffuz edilen sesleri fark eder
	Konuşmasında sesleri doğru ve anlaşılır biçimde kullanır
	İyi Bir Konuşma Sesinin Özellikleri
	Sesin ton, yükseklik ve tını özelliklerini tanımlar.
	Etkili bir konuşma sesinin niteliklerini açıklar.
	Sesini yorulmadan kullanma becerisi kazanır.
	Dinleyiciyi etkileyecek ses özelliklerini uygular.
	Anlatım Bozuklukları
	Anlatım bozukluklarının çeşitlerini tanır.
	Günlük konuşmada yapılan anlatım hatalarını fark eder.
	Yazılı ve sözlü metinlerdeki anlatım bozukluklarını düzeltir.
	Anlatımda açık ve doğru cümleler kurar.
	Etkili Konuşma, Ünlü Harfler
	Türkçedeki ünlü harflerin doğru kullanımını öğrenir.
	Ünlü harflerin konuşmadaki işlevini kavrar.
	Etkili konuşmada ünlü harflerin telaffuzunu uygular.
	Ünlü uyumlarına dikkat ederek doğru konuşur
	İyi Bir Konuşmacıda Bulunması Gerekenler (B-C-Ç Sesleri)
	Etkili bir konuşmacının temel özelliklerini tanımlar.
	B-C-Ç seslerini doğru ve anlaşılır telaffuz eder.
	Bu sesleri içeren sözcüklerle pratik yapar.
	Konuşmasında ses-harf uyumunu sağlar

Türkçe Söyleyişte Bazı Özellikler (D-F-G-H Sesleri)
Türkçe söyleyiş kurallarını kavrar.
D-F-G-H seslerini doğru çıkarır.
Bu seslerde yapılan yaygın hataları fark eder.
Türkçe söyleyiş özelliklerini konuşmasına yansıtır.
K-L-M-N, R-S-Ş Sesleri
K-L-M-N, R-S-Ş seslerini doğru çıkarır.
Bu sesler için artikülasyon egzersizleri yapar.
Konuşmada ses akışını ve ahengini sağlar.
Ses çalışmalarıyla anlaşılır bir söyleyiş geliştirir.
T-V-Y-Z Sesleri
T-V-Y-Z seslerini doğru telaffuz eder.
Bu seslerde yapılan telaffuz hatalarını ayırt eder.
Türkçede bu seslerin sözcüklerdeki işlevini açıklar.
Ses uygulamalarını konuşma pratiklerinde kullanır.
Etkili Sunuşlar ve Özellikleri
Etkili bir sunumun temel özelliklerini sıralar.
Sunum hazırlama sürecinde dikkat edilmesi gerekenleri öğrenir.
Sunum yaparken beden dili ve ses tonunu etkili kullanır.
Dinleyiciye uygun bir sunum stratejisi geliştirir.
İçerik, Biçim, Şekil ve Kuralları
Bir sunumun içerik, biçim ve şekil özelliklerini açıklar.
İçeriğe uygun sunum planı oluşturur
Görsel-işitsel materyalleri sunuma entegre eder.
Sunum kurallarına uygun profesyonel bir çalışma hazırlar.
Toplantı Kavramı ve Toplantı Türleri
Toplantı kavramını ve amacını açıklar.
Resmi ve gayri resmi toplantı türlerini tanır.
Toplantılarda görev ve sorumlulukları öğrenir.
Toplantı yönetiminde iletişim becerilerini uygular.
Uygulama (Sunum ve Performans Değerlendirme)
Önceden hazırladığı sunumu sınıf ortamında uygular.
Konuşma sırasında ses, nefes ve beden dilini etkin kullanır.
Topluluk önünde özgüvenle konuşma deneyimi kazanır.
Performansına yönelik geri bildirim alarak kendini geliştirir.

Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15.09.2025	Oryantasyon	
2	22.09.2025	Diksiyon ve etkili konuşma	PY4-PY6
3	29.09.2025	Diyafram nedir? Diyafram çalışmaları	PY4-PY6
4	06.10.2025	Sesleri doğru algılayabilmek ve söylemek	PY4-PY6
5	13.10.2025	İyi Bir konuşma sesinin özellikleri	PY4-PY6

6	20.10.2025	Etkili konuşma, Ünlü harfler	PY4-PY6
7	27.10.2025	Anlatım bozuklukları	PY4-PY6
8	03.11.2025	İyi bir konuşmacıda bulunması gerekenler (B-C-Ç SESİ)	PY4-PY6
		Türkçe söyleyişte bazı özellikler (D-F-G-H SESİ)	PY4-PY6
9	17.11.2025	Ara Sınav	PY4-PY6
10	24.11.2025	K-L-M-N SESLERİ, R-S-Ş SESLERİ,	PY4-PY6
11	01.12.2025	T-V-Y-Z SESLERİ	PY4-PY6
12	08.12.2025	Etkili sunuşlar ve özellikleri	PY4-PY6
13	15.12.2025	İçerik biçimi, şekli, kuralları	PY4-PY6
14	22.12.2025	Toplantı kavramı ve toplantı türleri	PY4-PY6
		Uygulama	
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır. Final notunun %25'i arkülatasyon uygulaması, %25'i sunum ödevidir.	
Örnek Sorular		1. Aşağıdakilerden hangisi etkili bir konuşmanın temel özelliklerinden değildir? A) Sesin anlaşılır olması B) Doğru vurgu ve tonlama C) Dinleyiciye uygun konuşma D) Monoton bir ses tonuyla konuşma E) Sözcüklerin doğru telaffuz edilmesi Doğru Cevap: D 2. Diyafram nefesi ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur? A) Konuşmayı zorlaştırır B) Sadece şarkıcılara gereklidir C) Sesin güçlü ve uzun çıkmasını sağlar D) Konuşmada nefesin çabuk bitmesine yol açar E) Boğaz kaslarını zorlar Doğru Cevap: C 3. Aşağıdaki cümlelerden hangisinde anlatım bozukluğu vardır? A) Arkadaşlarıyla buluşmaya gitti. B) Dün okula geç kaldım. C) Bu konuyu hem okuduk hem de öğrendik. D) Onu çok seviyor fakat istemiyor. E) Kitabı alıp masaya koydu.	

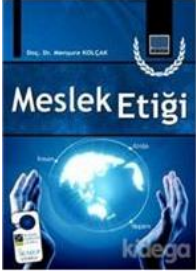
	Doğru Cevap: D 4. Aşağıdakilerden hangisi etkili bir sunumun olmazsa olmaz özelliklerindendir? A) Konunun dinleyiciye uygun olması B) Monoton ses tonuyla sunum yapmak C) Dinleyiciyle göz teması kurmamak D) Gereksiz ayrıntılarla konuyu uzatmak E) Sunumu plansız bir şekilde yapmak Doğru Cevap: A 5. Aşağıdakilerden hangisi resmi toplantı türlerinden biridir? A) Sohbet toplantısı B) Aile içi toplantı C) Arkadaş buluşması D) Yönetim kurulu toplantısı E) Çay saati toplantısı Doğru Cevap: D
Kaynak Kitap	Konuşma Eğitimi Yöntemler-Etkinlikler Editör: Abdullah ŞAHİN Abdullah ŞAHİN, Adem ŞCAN, Ali ARSLAN, Belice VAROĞLU, Esin HASU, Esin YAZMUR ŞAHİN, Fatih KANA, Feride GÜNEŞ, Gülnur AYDIN, Hatice ZORLU KANA, İbrahim HADACI, Mehmet GÜREK, Murat ŞENGÜL, Oğulhan SEVİN, Ömer KOÇER Yazar/Editör: Konuşma Eğitimi- Abdullah Şahin. etkili sunum teknikleri Prof. Dr. Demet GÖRMEZ Dr. Aygen YEMEL GÖRMEZ Yazar/Editör: Etkili Sunum Teknikleri, Detay yayıncılık
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Söz ve Diksiyon Sanatı NÜZHET ŞENBAY Nüzhet Şenbay, Söz ve Diksiyon Sanatı

HİT291 Etik

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Pazartesi 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 10.15-12.00
Derslik	139
Dersin Amacı	İşletme örgütlerinin iç ve dış çevresiyle iş ahlakı ve sosyal sorumluluk doğrultusunda ilişkiler geliştirme ve sürdürmenin gereğini kavrama, bunun yol, yöntem ve araçlarını öğrenme.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Etik
	Etik kavramını öğrenir.
	Etikle ilgili temel kavramları öğrenir.
	Etik ve ahlak ilişkisi (ayrımı)
	Ahlak kavramını bilir.
	Ahlak ve etik arasındaki farkı kavrar.
	Ahlaki değerleri öğrenir.
	Ahlak yasasını kabul etmeyen yaklaşımları öğrenir.
	Ahlaki gelişim süreci
	Etik kurallar 1
	Toplumsal yaşamda kişilerin uymak zorunda oldukları etik kuralları bilir.
	Etik kurallar 2
	Toplumsal yaşamda kişilerin uymak zorunda oldukları etik kuralları bilir.
	Etik toplum ilişkisi
	Etik değerlere uygun davranışların sonuçlarını öğrenir.
	Bireyde etik davranışı etkileyen faktörleri öğrenir
	Etik kod kavramını ve neleri içerdiğini öğrenir.
	Etik sistemler
	Eylemin ahlakiliğini belirleyen farklı yaklaşımları öğrenir.
	Etik türleri
	Bireysel etik kavramını öğrenir.
	İş etiği, çalışma etiği, örgütsel etik kavramlarını bilir.
	Meslek etiği
	Meslek kavramını öğrenir.
	Meslek etiği kavramını öğrenir.
	Genel olarak meslek etik ilkelerini kavrar.
	Reklam ve etik
	Reklamda kadın, erkek ve çocuklar için uyulması gereken konuları bilir.
	Tüketim kültürü kavramını öğrenir.
	Reklam ve tüketim kültürü arasındaki bağlantı hakkında fikir sahibi olur.
	Halkla ilişkiler ve etik
	Halkla ilişkiler etiğinin standartlarını öğrenir.
	İşletmenin paydaşlarını ve etik kapsamında değerlendirilmesini kavrar.
	Mesleki yozlaşma ve etik dışı davranışların sonuçları
	İşletme açısından uygun olmayan bazı davranışları öğrenir.
	Mesleki yozlaşma kavramını ve sonuçlarını öğrenir.
	Sosyal sorumluluk
	Sosyal sorumluluğun tanımını bilir.
	Sosyal sorumluluk türlerini öğrenir.
	Ekonomik ve hukuki sorumlulukları öğrenir.
	Ahlaki ve gönüllü sorumlulukları kavrar.
	İşletmenin sorumlu olduğu kişi ve gruplar
	İşletmelerin sosyal sorumlu olduğu yönleri bilir.

		Personele, hissedara, müşteriye karşı sorumluluklar kavrar.	
		Topluma, doğal çevreye karşı sorumluluklarını öğrenir.	
		Devlete ve rakiplerine karşı sorumluluklarını öğrenir.	
		Uluslararası ahlak yasaları	
		Atina yasasının içeriğini öğrenir	
		Helsinki bildirgesini öğrenir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	15.09.2025	Oryantasyon	
2	22.09.2025	Etik, Etik ve ahlak ilişkisi (ayrımı)	PY9
3	29.09.2025	Etik kurallar 1	PY9
4	06.10.2025	Etik kurallar 2	PY9
5	13.10.2025	Etik toplum ilişkisi	PY9
6	20.10.2025	Etik sistemler	PY9
7	27.10.2025	Etik türleri	PY9
8	03.11.2025	Meslek etiği	PY9
		Ara Sınav	
9	17.11.2025	Reklam ve etik	PY9-PY16
10	24.11.2025	Halkla ilişkiler ve etik	PY1- PY9
11	01.12.2025	Mesleki yozlaşma ve etik dışı davranışların sonuçları	PY9
12	08.12.2025	Sosyal sorumluluk	PY9-PY12
13	15.12.2025	İşletmenin sorumlu olduğu kişi ve gruplar	PY9
14	22.12.2025	Uluslararası ahlak yasaları	PY9
		Dönem Sonu Sınavı (29 Aralık 2025-8 Ocak 2026)	
		Bütünleme Sınavı (13-21 Ocak 2026)	
Değerlendirme		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.	
Örnek Sorular		1. Etik ile ahlak arasındaki temel fark aşağıdakilerden hangisidir? A) Etik, bireysel davranışları; ahlak ise meslek ilkelerini ifade eder. B) Etik, felsefi bir disiplin iken ahlak toplumun benimsediği kuralları ifade eder. C) Ahlak, yazılı kurallardan oluşur; etik ise yazısızdır. D) Etik ve ahlak arasında hiçbir fark yoktur. E) Ahlak, yalnızca dini değerleri kapsar; etik ise dini değerleri kapsamaz. Cevap: B 2. Aşağıdakilerden hangisi etik kurallara aykırı bir davranış örneğidir? A) Doğruluk ve dürüstlüğe önem vermek B) Gizli bilgileri korumak C) Çıkar çatışmalarından kaçınmak D) Kamuoyunu yanıltıcı bilgi paylaşmak E) Adil ve eşit davranmak Cevap: D 3. Reklamcılıkta etik dışı kabul edilen bir davranış aşağıdakilerden hangisidir? A) Ürünün özelliklerini abartmadan anlatmak	

	B) Rakip ürünleri kötüleyici ifadeler kullanmak C) Tüketiciyi bilgilendirmek D) Gerçeklere dayalı tanıtım yapmak E) Sosyal sorumluluğu gözetmek Cevap: B 4. Halkla ilişkilerde etik davranışın temel amacı aşağıdakilerden hangisidir? A) Sadece kurumun çıkarlarını korumak B) Kamuoyunu yanıltmak C) Şeffaflık ve güven ortamı oluşturmak D) Tüketiciyi kandırarak satışları artırmak E) Rekabeti yok etmek Cevap: C Meslek hayatında etik dışı davranışların en önemli sonucu aşağıdakilerden hangisidir? A) Kısa vadede kazanç sağlamak B) Toplumda güven kaybına yol açmak C) Rekabet gücünü artırmak D) İtibarın yükselmesi E) Çalışan bağlılığını artırmak Cevap: B
--	---

Kaynak Kitap/lar	1- Meslek etiği, Doç. Dr. Menşure Kolçak (2012) Murathan yayınevi  2- İşletmelerde Halkla İlişkiler Prof. Dr. Zeyyat Sabuncuoğlu 2008-Alfa aktüel 9 Bölüm/197-222 sayfalar  3- Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler, İdil Sayımer-Pınar Eraslan Yayınoğlu 2007-Beta Yayınevi 
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Teoride ve Pratikte Halkla İlişkiler, İrfan Erdoğan, Erk yayınları,2006, ANKARA

HİT289 İş Sağlığı ve Güvenliği

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Fevzi Yahşi
Oda Numarası	225
Ofis Saatleri	Perşembe 13:00-17:00
E-posta	fevzi.yahsi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 08.15-10.00
Derslik	139
Dersin Amacı	İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili yasal düzenlemeler ve uygulamaların öğrenilmesi
Konu ve İlgili Kazanımlar	6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanunu'na giriş
	6331 sayılı İş sağlığı güvenliği kanununun ne zaman yayınlandığını bilir.
	6331 sayılı İş sağlığı güvenliği kanununun hangi işyerlerini kapsadığını bilir.
	6331 sayılı İş sağlığı güvenliği kanununun hangi çalışanları kapsadığını bilir.
	İşyerleri tehlike sınıflarını bilir.
	İşveren yükümlülükleri
	6331 sayılı İş sağlığı güvenliği kanun kapsamında işverenin yapması gereken yükümlülükleri bilir.
	İşyerinde alınan iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyulup uyulmadığını izlenmesi de denetlenmesi gereken kişinin işveren olduğunu bilir.
	İş güvenliği uzmanları ve işyeri hekimleri tarafından çalışma ortamları ve faaliyetler sürekli olarak denetleneceğini kavrar.
	Risk değerlendirmesi yapmak veya yaptırmak görevinin işverene ait olduğunu bilir.
	Tüm çalışanlara iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri verilmesi gerektiğini bilir.
	İşverenin, iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin maliyetini çalışanlara yansıtamayacağını bilir.
	Çalışanların yükümlülükleri 1
	Çalışanların diğer çalışanların sağlık ve güvenliklerini tehlikeye düşürmemekle yükümlü olduğunu bilir.
	İşyerindeki makine, cihaz, araç, gereç, tehlikeli madde, taşıma ekipmanı ve diğer üretim araçlarını kurallara uygun şekilde kullanmakla yükümlü olduğunu bilir.
	Güvenlik donanımlarını doğru olarak kullanmak, keyfi olarak çıkarmamak ve değiştirmemekle yükümlü olduğunu bilir.
	Kendi görev alanında, iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için işveren ve çalışan temsilcisi ile işbirliği yapmakla yükümlü olduğunu bilir.
	Çalışanların yükümlülükleri 2
	İşyerinde tespit edilen noksanlık ve mevzuata aykırılıkların giderilmesi konusunda işveren ve çalışan temsilcisi ile iş birliği yapmakla yükümlü olduğunu bilir.
	İşyerindeki makine, cihaz, araç, gereç, tesis ve binalarda sağlık ve güvenlik yönünden ciddi ve yakın bir tehlike ile karşılaştıklarında ve koruma tedbirlerinde bir eksiklik gördüklerinde işveren veya çalışan temsilcisine haber vermekle yükümlü olduğunu bilir.
	Kendilerine sağlanan kişisel koruyucu donanımı doğru kullanmak ve korumakla yükümlü olduğunu bilir.
	Güvenlik kültürü kavramını anlayabilir.
	Güvenli çalışma ortamının çalışanlar ve işverenler açısından faydalarını bilir.
	İş sağlığı ve güvenliği, güvenlik kültürü

	İş Sağlığı ve güvenlik kavramlarını tanımlayıp, İş sağlığı ve güvenliği olgusunu kavrar.
	İş sağlığı ve güvenliğinin amaçlarını bilir.
	Güvenlik kültürüne dair yaklaşımları bilir.
	İş kazası ve iş kazalarının nedenleri, korunma yolları
	İş kazasının tanımlarını bilir.
	İş kazasının sınıflandırmalarını kavrar.
	İş kazası istatistiklerini yorumlayabilir.
	İş kazasının nedenleri ve kaynaklarını bilir.
	İş kazasından korunma yollarını bilir.
	İş kazası ve meslek hastalığı nedir? İş kazası örnekleri ve hukuki sorumluluklar
	İş kazası ve meslek hastalığını tanımlayabilir.
	6331 sayılı yasa ile iş kazası örneklerini ayırt edebilir.
	Bir olayın iş kazası sayılabilmesi için gerekli olan şartları bilir.
	İş kazası sonucu çalışanın hukuki sorumluluklarını bilir.
	Sağlık ve güvenlik işaretleri, renkler
	İş sağlığı ve güvenliği alanındaki sağlık ve güvenlik işaretlerini bilir.
	İşaret levhası, ek bilgi levhası, sembol veya piktogram vs. kavramları bilir.
	Güvenlik renklerini ayırt edip açıklayabilir.
	Sabit ve kalıcı işaret levhalarının ne için kullanıldığını bilir.
	Güvenlik işaretlerinin kullanımında dikkat edilecek konular, işaret levhaları
	Güvenlik işaretlerinin kullanımında dikkat edilecek konuları bilir
	Yasaklayıcı ve uyarı işaretlerini bilir.
	Emredici, acil çıkış ve ilk yardım işaretleri bilir.
	Yangınla mücadele işaretlerini bilir.
	Yüklerin elle taşınması, elle taşıma işlerinde risk faktörleri, taşıma teknikleri
	Yüklerin elle taşınması ve elle taşıma işini yapabilir.
	Konu ile ilgili mevzuattaki işveren yükümlülüklerini bilir.
	Elle taşıma işindeki risk faktörlerini öğrenir.
	Elle taşıma ve kaldırma tekniklerini kavrar.
	Yükü nasıl kaldırması ve taşınması gerektiğini öğrenir.
	Ekranlı araçlarla çalışma
	Ekranlı aracın tanımını bilir.
	Çalışma merkezinin tanımını bilir.
	Ekranlı araçlarla yapılan çalışmalardan kaynaklanabilecek iş sağlığı ve güvenliği risklerini öğrenir.
	Çalışma sandalyesi ve çalışma masasının özellikleri kavrar.
	Doğru oturuş hakkındaki bilgileri edinir.
	Ekranla olması gereken özellikleri bilir.
	Klavye ve fare hakkındaki özellikleri bilir.
	Ekranlı araçlarla çalışmada sağlık risklerini öğrenir.
	Ofis düzeninde yapılan hataları öğrenir.
	Kimyasal risk etmenleri
	Kimyasalların özelliklerini ve kimyasalların vücuda nasıl girdiğini öğrenir.
	İnsan sağlığına zararlı kimyasallar ve kimyasalların güvenlik risklerini bilir.
	Kimyasalların etiketlenmesi hakkındaki bilgileri öğrenir.
	Tehlikeli kimyasal sembolleri öğrenir.
	İşyerlerindeki fiziksel ve ergonomik risk etmenleri
	İşyerlerindeki fiziksel ve ergonomik risk etmenlerini öğrenir.
	Gürültü ve gürültü kontrolü kavramını bilir.
	Titreşim, termal konfor ve ısı ve sıcaklık hakkındaki önemli özellikleri öğrenir.

		Aydınlatma, aydınlatma türleri ve iyi aydınlatmanın olumlu etkilerini öğrenir.
		Ergonomi, ergonominin faydaları ve fiziksel ergonomi kavramını bilir.
		Nötral duruş, psikolojik çalışma yeri düzenleme, renk düzenlemeleri konularında bilgi sahibi olur.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 15-19.09.2025	6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanunu'na giriş	PY2
2 22-26.09.2025	İşveren yükümlülükleri	PY2
3 29.09-03.10.2025	Çalışanların yükümlülükleri 1	PY2
4 06-10.10.2025	Çalışanların yükümlülükleri 2	PY2
5 13-17.10.2025	İş sağlığı ve güvenliği, güvenlik kültürü	PY2
6 20-24.10.2025	Güvenlik kültürü ve iş sağlığı ve güvenliğinin amaçları	PY2
7 27-31.10.2025	İş kazası ve iş kazalarının nedenleri, korunma yolları	PY2
8 03-07.11.2025	İş kazası ve meslek hastalığı nedir? İş kazası örnekleri ve hukuki sorumluluklar	PY2
	08-16 Kasım 2025	Ara Sınav
9 17-21.11.2025	Sağlık ve güvenlik işaretleri, renkler	PY2
10 24-28.11.2025	Güvenlik işaretlerinin kullanımında dikkat edilecek konular, işaret levhaları	PY2
11 01-05.12.2025	Yüklerin elle taşınması, elle taşıma işlerinde risk faktörleri, taşıma teknikleri	PY2
12 08-12.12.2025	Ekranlı araçlarla çalışma	PY2
13 15-19.12.2025	Kimyasal risk etmenleri	PY2
14 22-26.12.2025	İşyerlerindeki fiziksel ve ergonomik risk etmenleri	PY2
	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026	Dönem Sonu Sınavı
	13-21 Ocak 2026	Bütünleme Sınavı
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1- İSG Kanunu kapsamında hangisi kullanılır. A) İşçi B) İşveren C) Memur D) Çalışan E) Sözleşmeli personel 2- Hangisi İş kazasının makine kaynaklı nedenlerinden değildir? A) Hatalı makine ve ekipman yerleşimi, B) Eksik veya kusurlu koruyucular, C) Yetersiz çalışma bilgisi, D) Yetersiz standardizasyon, E) Yetersiz kontrol ve bakım, 3- İşyerinde veya işin yürütümü nedeniyle meydana gelen, ölüme sebebiyet veren veya vücut bütünlüğünü ruhen ya da bedenlen özre uğratan olaya ne ad verilir? A) Güvenlik Kültürü B) Güvenlik C) İş kazası D) İş sağlığı E) Meslek Hastalığı 4- Ekranlı Araçlarla Çalışmada Sağlık Risklerinden değildir? A) Dolaşım sistemi bozuklukları B) Psikolojik Bozukluklar C) Sindirim Sistemi bozuklukları	

	D) Stres ile gürültü E) Boşaltım sistemi bozuklukları 5- Üçgen şeklinde,-Sarı zemin üzerine siyah piktogram, siyah çerçeve bulunan işaretler hangisidir? A) Uyarı İşaretleri B) Tehlike İşaretleri C) Emredici İşaretler D) Acil Çıkış ve İlk Yardım İşaretleri E) Yangınla Mücadele İşaretleri
Cevap Anahtarı	1-d, 2-c, 3-c, 4-e, 5-a
Kaynak Kitap/lar	Doç.Dr. Yakup BUDAK, Cahit AÇIKKAPI, Ferhat ŞAHİN, Levent ÖZCAN, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İş Sağlığı ve Güvenliği Ders Notları Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. Bölümler
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

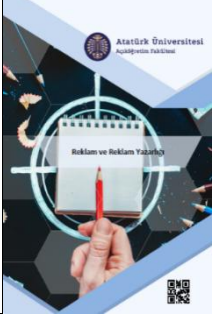
2. Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

HİT258 Reklamcılık Uygulamaları

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Reklam uygulamalarındaki senaryo bileşenlerini öğrenmesini, işitsel ve görsel-işitsel mecralar için yaratıcı senaryolar yazmalarını ve yazdıkları senaryoların uygulanmasındaki yöntemlerin kavranmasını sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Etkili iletişim ve yazma süreci
	Yazının ve yazmanın 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.
	Reklam ve yaratıcı stratejiler
	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.
	Reklamcılıkta hedef kitle
	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.
	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı I: gazete ve dergiler
	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.
	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı II: doğrudan postalama ve el ilanı
	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.
	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı III: satış yeri reklamcılığı
	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.
	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı I: radyo

		Radio reklamlarının diğer reklam araçlarına (televizyon, gazete, dergi, internet vb.) göre avantaj ve dezavantajlarını öğrenebilecektir. Radio 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. Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı II: televizyon 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. Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı III: sinema 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. Açık hava (outdoor) ve transit reklam ortamlarında metin yazarlığı 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. Kurumsal reklamcılık uygulamaları Kurumsal reklamın ne olduğu konusunda bilgiye sahip olabilecektir. Kurumsal reklamın çeşitleri hakkında fikir sahibi olabilecektir. İnternet reklamcılığı İnternet reklamcılığının özelliklerini ve geleneksel reklam uygulamalarından farkını görebilecektir. İnternet üzerinde düzenlenecek bir reklam kampanyasında dikkat edilecek hususları öğrenebilecektir. Küresel reklam metin yazarlığı 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. Reklam yazarlığında güncel gelişmeler Reklamcılığın sektörel unsurları hakkında bilgi sahibi olabilecektir. Reklamcılığın etik kodlarını sıralayabilecektir.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1 02.02.2026	Etkili iletişim ve yazma süreci	PY3
2 09.02.2026	Reklam ve yaratıcı stratejiler	PY3
3 16.02.2026	Reklamcılıkta hedef kitle	PY3-PY9-PY10
4 23.02.2026	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı I: gazete ve dergiler	PY3-PY7
5 02.03.2026	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı II: doğrudan postalama ve el ilan	PY3-PY8-PY9
6 09.03.2026	Basılı reklam ortamlarında metin yazarlığı III: satış yeri reklamcılığı	PY3-PY8-PY9
7 23.03.2026	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı I: radyo	PY8-PY9

8	30.03.2026	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı II: televizyon	PY8-PY9
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	13.04.2026	Yayın temelli reklam ortamlarında metin yazarlığı III: sinema	PY8-PY9
10	20.04.2026	Açık hava (outdoor) ve transit reklam ortamlarında metin yazarlığı	PY11-PY12
11	27.04.2026	Kurumsal reklamcılık uygulamaları	PY3-PY7-PY8-PY9
12	04.05.2026	İnternet reklamcılığı	PY3-PY7-PY8-PY9
13	11.05.2026	Küresel reklam metin yazarlığı	PY3-PY7-PY8-PY9
14	18.05.2026	Reklam yazarlığında güncel gelişmeler	PY3-PY7-PY8-PY9
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize %40, final (yazılı sınav %40 + uygulama %20) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Reklam kavramını <u>tanımlayınız.</u> 2. Reklamın fonksiyonları nelerdir <u>açıklayınız.</u> 3. Reklamı yapanlar açısından reklam türleri nelerdir <u>açıklayınız.</u> 4. Reklam yazarlığını tanımlayarak <u>açıklayınız.</u> 5. Reklam yapılan ortamlar arasında yer alan televizyondaki reklam türleri nelerdir <u>açıklayınız.</u>	
Cevap Anahtarı		1. Bir malın, bir hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelin kimin tarafından ödendiği anlaşılabacak biçimde yapılan ve yüz yüze satış dışında kalan tanıtım faaliyetleridir. 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. 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 amacını 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. 4. Reklamı yapanlar açısından reklamlar üç ana grupta incelenebilir. Bunlar; üretici reklamı, aracı reklamı ve hizmet işletmesi reklamıdır.	

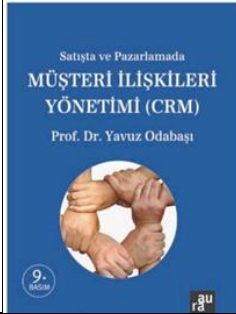
	Üretici reklamı, ürünün üretimini yapan kuruluşun ürünü tanıtmak amacıyla yaptığı reklamlardır ve genel reklam olarak da adlandırılır. Aracı reklamında ise, ürünü bizzat üretmeyip satışını yapan toptancı, perakendeci ve aracı kurumların kendi kurumlarını ve sattıkları ürünlerin neler olduğu hakkında bilgileri verdikleri reklamlardır ve lokal reklamlar kapsamına girer. Hizmet işletmesi reklamı ise, banka, sigorta şirketleri gibi hizmet üreten ve satan şirketlerin yaptıkları reklamlardır. 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. 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 verilmek 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.
Kaynak Kitap/lar	 Ed. Çetin Murat Hazar, Reklam ve Reklam Yazarlığı, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları (2021) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 14. bölümler arası
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Ersel SERDARLI, Reklam Yazmak, Beslenme Saati Kitapları (2008) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 5. bölümler arası

HİT260 Müşteri İlişkileri Yönetimi

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 13.15-16.00
Derslik	139
Dersin Amacı	İşletmelerde Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin çalışanlar, müşteriler ve yöneticiler açısından anlamını, içeriğini, özelliklerini ve önemini kavratmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, tanımı, gelişimi ve özellikleri
	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.
	Müşteri ilişkileri yönetimi bileşenleri ve modelleri
	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.
	Müşteri ilişkileri yönetimine geçiş ve uygulama süreci
	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.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin unsurları
	Bilgi ve teknolojilerinin kapsamı hakkında bilgi sahibi olabilecektir.
	Bilgi teknolojisi araçları ve özelliklerini tanıyabilecektir.
	Örgütsel değişimde neler yapılması gerektiğini anlatabilecektir.
	Müşterilerle iletişim ve değer yaratmak
	İletişim kanallarının zenginliğinin farkına varabilecektir.
	Müşterilerle gerçekleşen iletişim biçimlerini anlayabilecektir.
	Değer kavramını ve müşteri değerini izah edebilecektir.
	Müşteriler tarafından yapılan değer tanımlamalarını yapabilecektir.
	Müşteri kazanma, elde tutma ve müşteri yaşam boyu değeri oluşturma
	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.
	Müşteri ilişkileri yönetiminde taraflarla ilişkiler
	MİY ilişkiler ağını tanımlayıp açıklayabilecektir.
	Tedarikçilerle ilişkiler ve kapsamını bilebilecektir.
	Aracılar ve işletme bağlantılarını açıklayabilecektir.
	Çalışanlar ile ilişkiler kurma ve geliştirmede yapılabilecekleri öğrenebilecektir.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin diğer kavramlarla olan ilişkisi
	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.	
		Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret	
		Müşteri ilişkileri yönetimini ve e-ticareti tanımlayabilecektir.	
		E-ticaret ve geleneksel ticaret arasındaki farkları ayırtılabilecektir.	
		E-ticaretin araçlarını, taraflarını, türlerini ve e-ticaretin avantajlarını kavrayabilecektir.	
		Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret arasındaki ilişkiyi kavrayabilecektir.	
		Müşteri itirazları ve şikâyet yönetimi	
		Müşteri itirazları ve karşılanması ile ilgili bilgiler öğrenebilecektir.	
		Şikâyet yönetimi kavramını bilebilecektir.	
		Şikâyet eden müşteri özelliklerini bilebilecektir.	
		Şikâyet sürecini kavrayabilecektir.	
		MİY’de başarısızlık nedenleri	
		MİY’de başarısızlık yaşanmasında etkili olan nedenleri açıklayabilecektir.	
		MİY başarısında önemli etkisi olan unsurları kavrayabilecektir.	
		Başarısız ve başarılı MİY uygulamaları ve çözüm yollarını yorumlayabilecektir.	
		Satış yönetimi	
		Satış kavramını anlayabilecektir.	
		Satış yönetimi ve görevlerini kavrayabilecektir.	
		Satış yönetim sürecini değerlendirebilecektir.	
		Müşteri ilişkileri yönetimi sektör uygulamaları	
		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.	
		Müşteri ilişkileri yönetiminin ölçülmesi ve yatırımın geri dönüşü (roi)	
		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.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	05.02.2026	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, tanımı, gelişimi ve özellikleri	PY4
2	12.02.2026	Müşteri ilişkileri yönetimi bileşenleri ve modelleri	PY4
3	19.02.2026	Müşteri ilişkileri yönetimine geçiş ve uygulama süreci	PY4
4	26.02.2026	Müşteri ilişkileri yönetiminin unsurları	PY7
5	05.03.2026	Müşterilerle iletişim ve değer yaratmak	PY4
6	12.03.2026	Müşteri kazanma, elde tutma ve müşteri yaşam boyu değeri oluşturma	PY4
7	26.03.2026	Müşteri ilişkileri yönetiminde taraflarla ilişkiler	PY4
8	02.04.2026	Müşteri ilişkileri yönetiminin diğer kavramlarla olan ilişkisi	PY3
04-12 Nisan 2026		Ara Sınav	
9	16.04.2026	Müşteri ilişkileri yönetimi ve e-ticaret	PY7

10	23.04.2026	Müşteri itirazları ve şikâyet yönetimi	PY12
11	30.04.2026	MİY’de başarısızlık nedenleri	PY7
12	07.05.2026	Satış yönetimi	PY7
13	14.05.2026	Müşteri ilişkileri yönetimi: sektör uygulamaları	PY7
14	21.05.2026	Müşteri ilişkileri yönetiminin ölçülmesi ve yatırımın geri dönüşü (roi)	PY7
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınav	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		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.	
Örnek Sorular		1. Müşteri ilişkileri yönetimi kavramını <u>tanımlayınız.</u> 2. Müşteriyi elde tutmanın yararları nelerdir <u>açıklayınız.</u> 3. Müşteri itirazlarının nedenleri nelerdir, <u>açıklayınız.</u> 4. Müşteri ilişkileri yönetimindeki başarısızlık nedenlerini nelerdir, <u>açıklayınız.</u> 5. Satış elemanlarının satışla ilgili görevleri nelerdir, <u>açıklayınız.</u>	
Cevap Anahtarı		1. MİY; müşteriyi kazanmak, muhafaza etmek ve sadık hâle getirmek için müşteri-merkezli kültürün oluşturulması ve bunun örgüt genelinde yürütülmesi, olarak ifade edilebilir. 2. İşletmeler için müşteriyi elde tutmanın yararları şu şekilde ifade edilebilir: • Müşterileri masraflarından tasarruf etme, • Mevcut müşteriler açısından bir kâr garantisi olursa, planlanan harcamanın en aza indirgenmesi mümkündür, • Müşteri başına gelir düzeyi arttıkça, daha fazla harcarlar, • Maliyetler daha uzun sürelere ve daha çok müşteriye yayılabilir, • Var olan müşteriler, yenilerinin gelmesine sebep olabilir. 3. Müşteri itirazlarının nedenleri şu şekildedir: • İşletmeye veya satış elemanına duyulan güvensizlik, • Zaman kısıtlılığı, • Finansal darlık, • İhtiyaç şiddetinin zayıflığı, • Müşterinin ürün veya bilgi hakkında düşük bilgisi, • Etiketleme veya ambalajlamadaki eksiklikler (ürünün fiyatının veya bazı niteliklerinin bulunmaması). 4. MİY’de başarısızlık nedenleri şu şekilde sıralanabilir: • MİY uygulamadan önce stratejik planlar hazırlanmaması, • Müşteri merkezli bakış açısının kazanılmaması, • İşletmenin örgüt yapısının müşteri merkezli şekilde örgütlenmemesi, • MİY’i stratejiden ziyade teknolojik yatırım olarak görmek, • MİY faaliyetlerinin doğru şekilde ölçülmemesi, • Müşteri yaşam boyu değerini doğru belirleyememe ve doğru müşteri portföyü oluşturamama, • Üst yönetimin MİY uygulamalarını yeterince desteklememesi, • İş süreçlerinin yeniden yapılandırılmaması, • Müşteri bilgisinin öneminin anlaşılmaması, veri tabanları, veri işleme ve pazarlama çabaları arasında bağlantı kurulamamasıdır.	

	5. Satış elemanlarının satışla ilgili çeşitli görevleri vardır: Plan - Program Yapma, Temsil, Gözlem - Pazar Araştırması, Müşteriyi İkna Etme, Sorun Çözme, Rapor Yazmadır.	
Kaynak Kitap/lar		Sevtap ÜNAL (Ed.), Müşteri İlişkileri Yönetimi, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını (2020). Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 14. bölümler arası.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Yavuz ODABAŞI, Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Aura Kitapları (2015). Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1 ve 7. bölümler arası.

HİT262 Marka Yönetimi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar
Oda Numarası	125
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09.15-12.00
Derslik	139
Dersin Amacı	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.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Marka kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreci Marka kavramını tanımlar. Markanın tarihsel gelişimini açıklar. Markalaşma sürecini bilir. Marka olmanın önemi Türkiye için marka olmanın önemini kavrar. İşletmeler için marka olmanın önemini açıklar. Tüketiciler için marka olmanın önemini açıklar. Marka ile ilişkili temel kavramlar 1 Marka kimliği, marka kişiliği ve marka imajını tanımlar. Marka bilinirliği, marka sadakati ve marka değerini tanımlar. Marka ile ilişkili temel kavramlar 2 Marka farkındalığı, marka denkliği kavramlarını tanımlar. Marka konumlandırmayı açıklar. Marka yönetim stratejileri Marka yönetimi stratejilerini bilir. Marka yayma stratejilerini bilir. Marka pazarlama stratejilerini bilir. Markanın korunması 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. Kişisel marka ve marka şehir Kişisel markayı tanımlar. Kişisel marka olmanın ilkelerini bilir. Marka şehri tanımlar. Marka şehir olmanın gereklerini bilir. Marka stratejileri 1 Marka olmanın kurumsal olmayla başladığını bilir. Marka olmanın kendisi olmayla başladığını bilir. Marka olmanın global olmayla başladığını bilir. Marka stratejileri 2 Marka olmanın sosyal sorumlu olmayla başladığını bilir. Marka olmanın iyi bir hikâyeye sahip olmayla başladığını bilir. Marka olmanın devrim yapmayla başladığını bilir. Marka stratejileri 3 Marka olmanın trend olmayla başladığını bilir. Marka olmanın sponsor olmayla başladığını bilir.

		Marka olmanın dinamik logoya sahip olmayla başladığını bilir.	
		Marka stratejileri 4	
		Marka olmanın en olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın sembol olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın her yerde görünür olmayla başladığını bilir.	
		Marka stratejileri 5	
		Marka olmanın lovemark olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın kaliteli olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın farklı olmayla başladığını bilir.	
		Marka stratejileri 6	
		Marka olmanın inovasyon yapmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın bir maskota sahip olmayla başladığını bilir.	
		Marka olmanın internette etkin olmayla başladığını bilir.	
		Marka stratejileri 7	
		Marka olmada maskota sahip olmanın gerekliliğini bilir.	
		Marka olmanın internette etkin olmayla ilişkisini açıklar.	
		Marka olmanın ilk olmayla ilgisini bilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Marka kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreci	PY1-PY2
2	10.02.2026	Marka olmanın önemi	PY1-PY2
3	17.02.2026	Marka ile ilişkili temel kavramlar 1	PY1
4	24.02.2026	Marka ile ilişkili temel kavramlar 2	PY1
5	03.03.2026	Marka yönetim stratejileri	PY1
6	10.03.2026	Markanın korunması	PY12
7	24.03.2026	Kişisel marka ve marka şehir	PY1-PY2
8	31.03.2026	Marka stratejileri 1	PY1-PY2
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	14.04.2026	Marka stratejileri 2	PY1-PY2
10	21.04.2026	Marka stratejileri 3	PY1-PY2
11	28.04.2026	Marka stratejileri 4	PY1-PY2
12	05.05.2026	Marka stratejileri 5	PY1-PY2
13	12.05.2026	Marka stratejileri 6	PY1-PY2
14	19.05.2026	Marka stratejileri 7	PY1-PY2
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize %40, final (yazılı sınav %40 + uygulama %20) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Marka kavramını <u>tanımlayınız.</u> 2. Marka çeşitleri nelerdir <u>açıklayınız.</u> 3. Marka tescilinin marka sahibine sağladığı haklar nelerdir <u>açıklayınız.</u> 4. Marka yayma stratejilerinden marka genişlemesi nedir <u>açıklayınız.</u> 5. Tüketiciler için markanın önemi nedir <u>açıklayınız.</u>	
Cevap Anahtarı		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. 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, 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. 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. 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. 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 tanımasını ve tekrar satın almasını kolaylaştırır. Tüketicie 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.
--	---

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

HiT264 Sosyal Medya

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarş.9/12
Derslik	139
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere sosyal medyanın halkla ilişkiler ve tanıtım alanındaki rolünü, etkilerini ve stratejik kullanım biçimlerini öğretmektir. Öğrencilerin dijital iletişim kanallarını etkin şekilde kullanarak marka, kurum veya kişisel imaj yönetimi yapabilmeleri hedeflenir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Sosyal medya kavramı ve gelişimi
	Sosyal medyanın iletişimdeki dönüşümünü açıklar.
	Sosyal medyanın tarihsel dönüşümünü ve geleneksel medyadan ayrılan temel dinamiklerini analiz edebilme.
	Web 2.0 teknolojisinin toplumsal iletişim ve dijital kültür üzerindeki etkilerini kavrayabilme.
	Sosyal medya platformları
	Farklı sosyal medya mecralarının özelliklerini ayırt eder.
	Farklı sosyal medya platformlarının (Instagram, X, LinkedIn, TikTok vb.) algoritma yapılarını ve hedef kitle karakteristiklerini ayırt edebilme.
	Marka hedeflerine uygun doğru platform seçimi yaparak mecraya özgü yayın stratejileri geliştirebilme.
	Dijital halkla ilişkiler
	Sosyal medyanın PR stratejilerindeki rolünü kavrar.
	Dijital ortamlarda kurumsal itibar yönetimi ve kriz iletişimi süreçlerini planlayabilme.
	Çevrimiçi topluluklarla sürdürülebilir ilişkiler kurarak marka sadakati oluşturma yöntemlerini uygulayabilme.
	İçerik yönetimi
	Hedef kitleye uygun içerik planı oluşturur.
	Hedef kitle beklentilerine ve platform dinamiklerine uygun yaratıcı metin, görsel ve video içerikleri tasarlayabilme.
	İçerik planlaması ve takvim yönetimi araçlarını kullanarak tutarlı bir marka dili oluşturabilme.
	Etkileşim ve ölçümleme
	Sosyal medya performansını analiz eder.
	Sosyal medya performans göstergelerini (KPI) kullanarak etkileşim oranlarını ve erişim verilerini analiz edebilme.
	Elde edilen sayısal verileri anlamlandırarak dijital stratejileri optimize edebilme ve raporlayabilme.
	Etkili İletişim ve Empati
	Empati kavramını öğrenir
	Etkili iletişim ve empati arasındaki bağlantıyı yorumlar.
	Empati ile sempati ayrımını yapabilir.
	Etkili İletişim ve Çatışma
	Çatışma kavramını öğrenir.
	Çatışma türlerini öğrenir.
	Çatışmadan kaçınma yollarını öğrenir.
	Etkili iletişim ve çatışma ilişkisini öğrenir.
	Etkili İletişim ve Motivasyon
	Motivasyon unsurları ve teorilerini öğrenir.

		Etkili iletişim ve motivasyon arasında ilişki kurabilir.	
		Etkili İletişim ve Stres Yönetimi	
		Stres kavramını öğrenir.	
		Stres yönetimi aşamalarını öğrenir.	
		Stres yönetimi ve etkili iletişim arasındaki ilişkiyi yorumlar.	
		Etkili iletişim ve kriz yönetimi	
		Kriz kavramını öğrenir.	
		Olası bir kriz anında yapması gerekenleri ve kriz yönetimini bilir.	
		Etkili iletişim ve kriz yönetimi arasındaki bağlantıyı kurar.	
		Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Üzerine Etkisi	
		Kitle iletişim araçlarının etkilerini bilir.	
		Kamuoyu ve KİA'lar arasında bağlantı kurar.	
		KİA'ların etkilerine örnek olan olayları öğrenir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	Sosyal Medyanın Tanımı ve Gelişimi	PY2
2	09.02.2026	Sosyal Medya Türleri	PY2
3	16.02.2026	Dijital Halkla İlişkiler Kavramı	PY2,PY3,PY6
4	23.02.2026	Sosyal Medya Kullanıcı Davranışları	PY2,PY6
5	02.03.2026	İçerik Üretimi	PY2,PY3,PY5
6	09.03.2026	Sosyal Medya Planlaması	PY2,PY5,PY8
7	16.03.2026	Etkileşim Yönetimi	PY2,PY5,PY13
8	23.03.2026	Sosyal Medyanın Tanımı ve Gelişimi	PY2,PY13
	4/12.04.2026	Ara Sınav	
9	13.04.2026	Kriz İletişimi	PY5,PY13
10	20.04.2026	Sosyal Medyada Etik	PY5,PY13
11	27.04.2026	Sosyal Medya Ölçümleme	PY5,PY10,PY13
12	04.05.2026	Sosyal Medyada Reklamcılık	PY5,PY6,PY13
13	11.05.2026	Kurumsal Sosyal Medya Yönetimi	PY5,PY10,PY13
14	18.05.2026	Dönem Projesi Sunumları	PY5,PY10,PY13
	2/12.06.2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17/25.06.2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Vize notuna %10 ve final notuna %15 oranında yapılan ödevler etki edecektir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	

Örnek Sorular	S1. Sosyal medyanın geleneksel medyadan (gazete, TV, radyo) ayrılan en temel farkı olan ve kullanıcıların içerik üreticisine dönüştüğü teknolojik dönüşüm aşağıdakilerden hangisidir? A) Endüstri 4.0 B) Web 2.0 C) Nesnelerin İnterneti (IoT) D) Dijital Diplomasi E) Geleneksel Halkla İlişkiler S2. Dijital halkla ilişkiler çalışmalarında, bir kurumun sosyal medya platformları üzerinden hedef kitleyle kurduğu iletişimin kalitesini artırmak ve kriz anlarında itibarını korumak için izlemesi gereken en stratejik yaklaşım aşağıdakilerden hangisidir? A) Sadece tek yönlü kurumsal duyurular paylaşmak B) Olumsuz yorumların tamamını silmek C) Şeffaf, etkileşim odaklı ve tutarlı bir içerik stratejisi izlemek D) Sadece en popüler sosyal medya platformunu kullanmak E) Tüm içerik yönetimini otomatize edip kullanıcılarla bağı kesmek S3. Sosyal medya platformlarında paylaşılan bir içeriğin başarısını ölçmek için kullanılan; beğeni, yorum, paylaşım ve kaydetme gibi verilerin toplamının erişilen kişi sayısına oranlanmasıyla elde edilen göstergeye (KPI) ne ad verilir? A) Dönüşüm Oranı (Conversion Rate) B) Hemen Çıkma Oranı (Bounce Rate) C) Algoritma Puanı D) Etkileşim Oranı (Engagement Rate) E) Organik Erişim Kapasitesi
---------------	--

Cevap Anahtarı	1)b, 2)c, 3)d,
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Dijital Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medyanın Rolü: Feryat Alkan
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Yönetimi (Editör: Prof. Dr. Özlem AŞMAN ALIKILIÇ), Dijital Halkla İlişkiler (Editörler: Prof. Dr. Müge ELDEN ve Doç. Dr. Güzin ILICAK AYDIN)

HİT234 Çevre Koruma

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Ömer EROL
Oda Numarası	226
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-Posta	omer.erol@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 10:15-12:00
Derslik	139
Dersin Amacı	Çevre ve insan sağlığı koruma kuralları ile ilgili bilgi ve becerileri kazandırmak

Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin tanıtımı: İçeriği, önemi, kural ve gerekleri.
	Çevre kavramını tanımlayabilir.
	Çevre korumanın neden gerekli olduğunu kavrar.
	Çevre duyarlılığı ve bilinci ortaya çıkar.
	Çevre ve kirliliğin tanımı, kirlilik ile ilgili kavramlar.
	Çevrenin önemini kavramıştır.
	Kirliliğin verdiği tahribatı ve zararları algılar.
	Kirlilik çeşitleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Çevre sorunlarının ortaya çıkmasındaki temel nedenler
	Çevre sorunlarının ortaya çıkma nedenlerini kavramıştır.
	Çevre sorunlarının olumsuz sonuçlarını bilir.
	Kirlenmenin oluşturduğu zararlar
	Kirlenmenin tanımını yapar ve özelliklerini anlatabilir.
	Kirliliğin özelliklerini bilir.
	Kirliliğin çeşitlerini kavrar.
	Kirliliğin derecelerini algılar.
	Su kirliliği: Su kirliliğine neden olan etmenler
	Su kirliliğinin önemini kavramıştır.
	Su kirliliğine neden olan etmenleri bilir.
	Su kirliliğinin doğada verdiği zararları ve derecesini bilir.
	Su kirliliği: Tarımsal faaliyetlerin su kirliliğine etkisi
	Tarımsal faaliyetleri bilir
	Tarımsal faaliyetlerde suyun önemini kavrar.
	Tarımsal faaliyetlerde su kirliliği nedenlerini bilir.
	Tarımsal nedenlerle oluşan su kirliliğini önleme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Su kirliliği: Ötröfikasyon
	Ötröfikasyon kavramını bilir.
	Ötröfikasyon hakkında bilgi sahibidir.
	Ötröfikasyon ile su kirliliğine karşı önlem alır.
	Su kirliliğine karşı alınabilecek önlemler
	Su kirliliğine karşı alınacak önlemler hakkında bilgi sahibi olur.
	Çeşitli nedenlerle oluşabilecek su kirliliğini ayırt edebilir.
	Su kirliliğine karşı alınacak önlemler alır.

	Toprak kirliliği: Toprak kirliliği oluşturan etmenler
	Toprağı ve özelliklerini tanır.
	Toprak kirliliğinesebep olan etmenleri bilir.
	Toprak kirliliğini en aza indireyecek yöntemler hakkında bilgi sahibidir.
	Toprak kirliliği: Tarımsal faaliyetlerin kirliliğe etkisi
	Toprak kirliliğine etken olan tarımsal faaliyetler hakkında bilgi sahibidir.
	Tarımsal faaliyet türlerini bilir.
	Tarımsal faaliyetlerin toprak kirliliğine olumsuz yönlerini bilir.
	Toprak kirliliğini en aza indirme hakkında bilgi sahibi olur.
	Tarımsal faaliyetlerde toprak kirliliğini engelleme yöntemlerini kullanır.
	Hava Kirliliği
	Hava kirliliği hakkında bilgi sahibi olur.
	Hava kirliliğinin tüm canlılar üzerindeki olumsuz etkilerini bilir.
	Hava kirliliğini önleme yöntemleriyle ilgili bilgi sahibidir.
	Enerji, Türkiye' nin enerji kaynakları
	Enerji kavramını bilir.
	Türkiye ve dünyada kullanılan enerji kaynaklarından haberdardır.
	Hangi enerji türlerinin çevre için olumlu ve olumsuz olduğunu bilir.
	Çevre kirliliği ile ilgili genel değerlendirme
	Çevre kirliliği hakkında çok yönlü bir bilgiye sahip olur.
	Hangi tür enerji kaynaklarının ilgili bölge açısından çevreye daha az zarar vereceğini bilir.
	Çevreyle ilgili genel bir değerlendirme yorumu yapabilir.

Hafta	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1.	06.02.2026 Dersin Tanıtımı ve Bilgilendirme	PY1-PY'-PY5
2.	13.02.2026 Çevre ve kirliliğin tanımı, kirlilik ile ilgili kavramlar.	PY1-PY'-PY5
3.	20.02.2026 Çevre sorunlarının ortaya çıkmasındaki temel nedenler	PY1-PY'-PY5
4.	27.02.2026 Kirlenmenin oluşturduğu zararlar	PY1-PY'-PY5
5.	06.03.2026 Su kirliliği: Su kirliliğine neden olan etmenler	PY1-PY'-PY5
6.	13.03.2026 Su kirliliği: Tarımsal faaliyetlerin su kirliliğine etkisi	PY1-PY'-PY5
7.	20.03.2026 Su kirliliği: Ötrofikasyon	PY1-PY'-PY5
8.	27.03.2026 Su kirliliğine karşı alınabilecek önlemler	PY1-PY'-PY5
Ara Sınav		
9.	17.04.2026 Toprak kirliliği: Toprak kirliliği oluşturan etmenler	PY1-PY'-PY5
10.	24.04.2026 Toprak kirliliği: Tarımsal faaliyetlerin kirliliğe etkisi	PY1-PY'-PY5
11.	01.05.2026 Hava kirliliği	PY1-PY'-PY5
12.	08.05.2026 Enerji, Türkiye' nin enerji kaynakları	PY1-PY'-PY5
13.	15.05.2026 Çevre kirliliği ile ilgili genel değerlendirme	PY1-PY'-PY5
14.	23.05.2026 Sağlıklı ve çevre ile dost üretim tekniklerinin önemini kavrayabilme	PY1-PY'-PY5
Yarıyıl Sonu Sınavı 02.06.2026/12.06.2026		
Bütünleme Sınavı 17.06.2026/25.06.2026		

Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak sınav öncesi öğrenciye test ya da klasik sınav yapıp yapılmayacağı duyurularak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır
----------------------	---

Örnek Sorular	1- Aşağıdakilerden hangisi veya hangileri sera etkisinin azaltılmasında önerilen önlemler arasında yer alır? I.Fosil yakıt tüketiminin azaltılması II.Enerji israfının engellenmesi III.Enerji alt yapısında yenilenebilir enerji kaynaklarının ve nükleer enerjinin kullanılması a-I b-I ve II c- I ve III d- II ve III e-I,II ve III 2- Aşağıdakilerden hangisi su kirliliğine yol açan etmenlerden biri olarak sayılamaz? a- Deniz kıyısındaki yerleşim birimlerinin ve sanayinin atıklarını arıtmadan denize boşaltması b- Tarımsal alanlarda toprağın aşınması sonucu toprağın ve kirleticilerin akarsularla denize taşınması c- Denizlerde bulunan platform ve boru hatlarından oluşan sızıntılar d- Sanayi kuruluşlarının arıtma sistemlerinin iyi çalışması e- Gemiler ve diğer deniz araçlarından oluşan kirlilik 3- Aşağıdakilerden hangisi hava, su, toprağın fiziksel, kimyasal ve biyolojik özelliklerinde gerçekleşen ve istenmeyen değişimler olarak tanımlanarak sonucunda çevre sorunlarına yol açmaktadır? a- Biyoçeşitlilik b-Kirlilik c-Ekosistem d- Genetik bilgi e-Doğal Kaynaklar 4- I. Çarpık kentleşme II. Doğal kaynakların hızla tüketilmesi III. İklim değişikliği Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri doğal yaşam ortamlarımızın önemli sorunlarından? a-I b-I ve II c- I,II ve III d- II e-III 5-Atık yönetimi uygulamaları sıralamasında en öncelikli işlem aşağıdakilerden hangisidir? a-Önleme b- Geri Dönüşüm c-Yakma d- Kaynakta Azaltma e-Bertaraf
----------------------	--

Cevaplar	1-e 2-d 3-b 4-c 5-b
-----------------	----------------------------

Kaynak Kitap	Prof. Dr. H. Ertürk, "Çevre Bilimleri", Ekin Kitabevi Yayınları, 2009. Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; Tüm bölümler 
---------------------	--

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Doç. Dr. Hüseyin ERKUL, Çevre Koruma, Detay Yayıncılık (2012) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; Tüm bölümler
--	---

HİT264 Türkiye'nin Yönetim Yapısı

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Fevzi Yahşi
Oda Numarası	225
Ofis Saatleri	Perşembe 13:15-17:00
E-posta	fevzi.yahsi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 10.15-12.00
Derslik	139
Dersin Amacı	Devletin idari yapılanmasını öğretmek Türk Kamu Yönetimi hakkında ayrıntılı bilgiler aktarmak.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kamu Yönetiminin tanımı ve elemanları
	Yönetim kavramı ve Stratejik yönetim kavramını açıklayabilir.
	Kamu Yönetimi kavramını tanımlayabilir.
	Kamu Yönetiminin elemanlarını öğrenir.
	Kamu Yönetimi ve Özel yönetim
	Kamu yönetimi ve özel yönetim arasındaki benzerlikleri anlayabilir.
	Kamu yönetimi ve özel yönetim arasındaki farklılıkları kavrayabilir.
	Devletin Görevleri, Büyümesi ve dönüşümü
	Devletin görevlerini öğrenir.
	Devletin büyümesinin sebeplerini bilir.
	Devletin büyümesinin sonuçlarını ve dönüşümünü kavrar.
	Kamu Yönetimi Düşüncesinin Gelişimi
	Avrupa'da yönetim düşüncesinin gelişimini anlayabilir.
	Yeni Kamu yönetimi düşüncesinin gelişimini öğrenir.
	Türkiye'de yönetimi konusunu kavrar.
	Kamu Yönetimini İncelemede Başlıca yaklaşımlar
	Yasal ve Kurumsal-yapısal yaklaşımları öğrenir.
	Sosyo-Psikolojik yaklaşımları öğrenir.
	Sistem ve durumsallık yaklaşımlarını öğrenir.
	Kamu Yönetimine yakın bilim dalları
	Kamu yönetiminin siyaset ve sosyoloji ile ilişkisini öğrenir.
	Kamu yönetiminin idare hukuku ve tarih ile ilişkisini öğrenir.
	Kamu yönetiminin İşletme yönetimi ile ilişkisini öğrenir.
	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 1
	Merkezden yönetim hususunu ayrıntılı bir şekilde kavrayabilir.
	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 2
	Yerinden yönetim hususunu ayrıntılı bir şekilde kavrayabilir.
	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 3
	Türk Kamu Yönetiminin örgütlenmesi konusunu bilir.
	Türk Kamu Yönetiminin özelliklerini öğrenir.
	Merkezi Yönetim
	Merkezi yönetimin başkent örgütünü kavrar.
	Merkezi yönetimin taşra örgütünü kavrar.
	Yerel Yönetimler 1
	Yerel yönetimlerin önemi ve dayandığı değerleri kavrar.
	Yönetimleri arası hizmet bölüşümünü anlayabilir.
	Anayasa'da yerel yönetimler konusunu öğrenir.
	Yerel Yönetimler 2
	Yerel Yönetim kuruluşlarını ayrıntılı bir biçimde kavrar.
	Merkezi yönetim ve yerel yönetim ilişkilerini öğrenir.
	Yerel Yönetimlerin tarihsel gelişimini bilir.
	Hizmet Yerinden Yönetim Kuruluşları
	Hizmet yerinden yönetim kuruluşlarının özelliklerini öğrenir.
	Kamu iktisadi teşebbüslerini ayrıntılı anlayabilir.

		Mesleki kamu kurumlarını öğrenir.	
		Düzenleyici ve denetleyici kurumları kavrar.	
		Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi	
		Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi hakkında ayrıntılı bilgiler öğrenir.	
		Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin tarihsel sürecini öğrenir.	
		Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi teşkilat yapısını öğrenir.	
		Cumhurbaşkanının görevleri, adaylığı, seçilmesi vs. konularda bilgiler edinir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	Kamu Yönetiminin tanımı ve elemanları	PY14
2	09.02.2026	Kamu Yönetimi ve Özel yönetim	PY14
3	16.02.2026	Devletin Görevleri, Büyümesi ve dönüşümü	PY14
4	23.02.2026	Kamu Yönetimi Düşüncesinin gelişimi	PY14
5	02.03.2026	Kamu Yönetimini İncelemede Başlıca yaklaşımlar	PY14
6	09.03.2026	Kamu Yönetimine Yakın Bilim Dalları	PY14
7	23.03.2026	Kamu Yönetimine Yakın Bilim Dalları	PY14
8	30.03.2026	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 1	PY14
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	13.04.2026	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 2	PY14
10	20.04.2026	Kamu Yönetiminin Örgütlenmesi 3	PY14
11	27.04.2026	Merkezi Yönetim - Yerel Yönetimler	PY14
12	04.05.2026	Hizmet Yerinden Yönetim Kuruluşları	PY14
13	11.05.2026	Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi	PY14
14	18.05.2026	Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi	PY14
	02-12 Haziran 2026	Yarıyıl Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1- İdare, kuruluş ve görevleriyle bir bütündür ve Düzenlenir. Boşluğa ne gelmelidir ? A) İç tüzükle B) Yönetmelikle C) Anayasa ile D) Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile E) Kanunla 2- İllerin idaresi esasına dayanır. Boşluğa ne gelmelidir ? A) Kanuni idare B) Merkezden Yönetim C) Vesayet denetimi D) Yetki Genişliği E) Yönetimin bütünlüğü 3- Hangisi Tüm ülkelerde yaygın bir biçimde uygulanan idari yerinden yönetimde temel hedeflerden biri değildir ? A) halkın yönetime katılmasını sağlamak B) kamu hizmetlerindeki verimi veya etkinliği artırmak C) aşırı merkeziyetçiliğin sakıncalarını ortadan kaldırmak D) yerel gereksinimlerle yerel hizmetler arasında denge kurmak E) bürokrasinin etkinliğini artırmak 4- Kamusal hizmetlerinin yoğunlaşması, çeşitlenmesi ve bu hizmetlerin daha çok işletme özelliği yansıtması ile özel ve teknik uzmanlığa ihtiyaç duymaları uygulanmasını ortaya çıkarmıştır. Bu hangi yönetim kavramıdır ? A) Siyasi Yerinden Yönetim B) Coğrafi Yerinden Yönetim C) Hizmet Yerinden Yönetim	

	D) İdari Yerinden Yönetim E) Yerel Yönetim 5- 1982 Anayasası Madde 123: «<i>idare kuruluş ve görevleriyle bir bütündür ve kanunla düzenlenir.</i>» bu hangi ilke ile ilgilidir A) Kanuni idare B) Merkezden Yönetim C) Vesayet denetimi D) Yetki Genişliği E) Yönetimin bütünlüğü
Cevap Anahtarı	1-e, 2-d, 3-e, 4-c, 5-e
Kaynak Kitap/lar	Bilal ERYILMAZ, Kamu Yönetimi, Umuttepe Yayınları (2019) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 1,2,3 ve 4 . Bölümler 
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Menaf Turan, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi makalesi

HİT270 Girişimcilik

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Ömer EROL
Oda Numarası	226
Ofis Saatleri	Çarşamba 13:15-17:00
E-Posta	omer.erol@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13:15-15:00
Derslik	139
Dersin Amacı	Öğrenciler girişimcilik kültürüne sahip olacaklardır. Az bir sermayeye ile küçük bir işletmeyi nasıl kuracaklarını öğrenir. İşletme işlevlerinin küçük işletmelerde önemini ve etkinliğini öğretmek amaçlanmaktadır.

Konu ve İlgili Kazanımlar	Girişimcilik Kavramı, Ortaya Çıkışı ve genel bilgiler
	Girişimci ve girişimcilik kavramını tanımlayabilir.
	Kimlerin girişimci olarak ifade edilebileceği konusunda bilgi sahibidir.
	Girişimciliğin ortaya çıkış süreci ve gelişimini açıklayabilir.
	Girişimciliğin Önemi ve Türkiye’de Girişimci Olma Şekilleri
	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.
	Girişimcilerin Başarı ve Başarısızlık Nedenleri
	Başarılı girişimcide yer alacak özellikleri kavramıştır.
	Girişimcinin başarısızlık nedenlerini ifade edebilir.
	Başarısızlığa neden olan sorunların çözümüne öneri sunabilecektir.
	Risk Sermayesi ve Türkiye’deki Uygulamaları
	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.
	İş Fikirleri Üretmenin Önemi ve Girişimcilik Politikaları
	Girişimci ve ülke için iş fikri üretmenin önemini kavramıştır.
	Kişisel hareket planı yapabilecek fikri donanıma sahiptir.
	Ülke için girişimcilik politikaları oluşturmanın önemini kavramıştır. Girişimcinin rekabet gücünü artırabilecek unsurları keşfedebilecek donanıma sahip olmuştur.
	İş Planı Hazırlama
	İş fikrini tarif edebilir ve iş kurma dosyası hazırlayabilir.
	İş fikrinin gerçekleştirebilmek için gerekli hususları bilir.
	Kısa orta ve uzun hedefli iş planları yapabilir. Örnek iş planı hazırlayabilir.
	Girişimcilik Kültürü
	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.
	Küçük İşletmeler ve Ekonomik ve Sosyal Sisteme Katkıları
	Küçük İşletmelerin Ekonomik sistem içerisindeki yerlerini ve rollerini kavramıştır.
	İhracata katkılarını, büyük işletmelerin faaliyetlerine olan desteği bilir.
	Toplam işletmeleri içerisindeki payını ve istihdama olan katkılarını ölçebilir.
	Küçük İşletmelerin Kuruluş Süreci
	İş kurma ile ilgili temel faktörlerin neler olduğunu bilir.

	İş kurma sürecini çok yönlü çalışmalarla adım adım yürütebilir. İşletme kuruluş sürecini yürütürken fizibilite(yapılabilirlik) araştırmalarını ayrıntılı olarak gerçekleştirebilir.
	Alternatif iş kurma imkanları arasında karşılaştırma yaparak seçimde bulunabilir.
	Küçük İşletmelerde Finans, Üretim, Yönetim ve Pazarlama Stratejileri
	Küçük işletmelerde kaynak bulma ve kullanma yollarını öğrenmiştir.
	Ürün fiyatlandırma, maliyet hesaplama ve pazarlama için dağıtım kanalları hakkında fikir sahibi olmuştur.
	Modern finans teknikleri hakkında fikir sahibidir. Personel yönetimi ile ilgili yeterince bilgiye sahiptir. Personel bulma, işe alma, alıştırma ve yönetme konusunda bilgi sahibidir.
	Küçük İşletmelerin Sorunları ve Çözüm Yolları
	Üretim sorunları için çözüm yolları geliştirebilir.
	Pazarlama sorunları için çözüm yolları geliştirebilir.
	Yönetim ve Finansman sorunları için çözüm yolları geliştirebilir.
	Girişimcilik yapılabilecek iş fikirleri ve destekleyen kuruluşlar
	Hangi kurum ve kuruluşun girişimcileri desteklediği hakkında bilgi sahibidir.
	Desteklerin kredi veya hibe şeklinde olup olmadığını bilir.
	Sektörlere göre destek türlerini ve ödeme planlarını bilir.
	Girişimcilik ve işletme kuruluş örnekleri
	İmalat sektörü için işletme kuruluş örnek sunumları
	Ticaret sektörü için işletme kuruluş örnek sunumları
	Hizmet sektörü için işletme kuruluş örnek sunumları

Hafta	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1.	06.02.2026 Dersin Tanıtımı ve Bilgilendirme	PY1-PY'-PY5
2.	13.02.2026 Girişimcilik Kavramı, Ortaya Çıkışı ve genel bilgiler	PY1-PY'-PY5
3.	20.02.2026 Girişimciliğin Önemi ve Türkiye'de Girişimci Olma Şekilleri	PY1-PY'-PY5
4.	27.02.2026 Girişimcilerin Başarı ve Başarısızlık Nedenleri	PY1-PY'-PY5
5.	06.03.2026 Risk Sermayesi ve Türkiye'deki Uygulamaları	PY1-PY'-PY5
6.	13.03.2026 İş Fikirleri Üretmenin Önemi ve Girişimcilik Politikaları	PY1-PY'-PY5
7.	20.03.2026 Girişimcilik Kültürü	PY1-PY'-PY5
8.	27.03.2026 Küçük İşletmeler ve Ekonomik ve Sosyal Sisteme Katkıları	PY1-PY'-PY5
Ara Sınav		
9.	17.04.2026 Yenilik Süreci	PY1-PY'-PY5
10.	24.04.2026 Küçük İşletmelerin Kuruluş Süreci	PY1-PY'-PY5
11.	01.05.2026 Küçük İşletmelerde Finans, Üretim, Yönetim ve Pazarlama Stratejileri	PY1-PY'-PY5
12.	08.05.2026 Küçük İşletmelerin Sorunları ve Çözüm Yolları	PY1-PY'-PY5
13.	15.05.2026 Girişimcilik yapılabilecek iş fikirleri ve destekleyen kuruluşlar	PY1-PY'-PY5
14.	23.05.2026 Girişimcilik ve işletme kuruluş örnekleri	PY1-PY'-PY5
Yarıyıl Sonu Sınavı 02.06.2026/12.06.2026		
Bütünleme Sınavı 17.06.2026/25.06.2026		

Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak sınav öncesi öğrenciye test yada klasik sınav yapıp yapılmayacağı duyurularak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır
----------------------	--

Örnek Sorular	1-Girişimci olma nedenleri içerisinde aşağıdakilerden hangisi yer almaz. a-Kar elde etme isteği b-Bağımsız çalışma isteği c-Kişisel tatmin etme isteği d-Mutsuz olma isteği 2-Girişimciliğin başlıca kolaylıklarından söz edecek olursak; günlük yüksek tempoda çalışma, mal varlığının risk altına alınması, uzun süre mali sıkıntı çekebilme gibi karşılaşılabilecek bir çok sorunun bulunmasıdır. a-Doğru b-Yanlış 3-“Küçük ihtimalle büyük kazan büyük ihtimallede küçük kayıp“ mantığına göre uygulanan ve girişimci için önemli bir sermaye desteği sağlayan yöntem aşağıdakilerden hangisidir. a-Kartel b-Centilmenlik Anlaşması c-Tröst d-Risk sermayesi 4-Risk sermayesi fonunu oluşturanlar içerisinde hangisi yer almaz. a-Şahıslar b-Şirketler c-Bankalar d-Tüketiciler 5- Hangisi işletme büyüklüğünde niteliksel bir ölçü sayılır. a-Sermaye miktarı b-Çalışan sayısı c-Satışlar miktarı d- Pazarlık gücü 6-Çalışma süresi işletmenin kapasitesinin belirlenmesinde önemli etkenlerden birisi olup; vardiya sayısının artırılması kapasite kullanımını artırırken tersi durum kapasite kullanımını azaltmaktadır. a-Doğru b-Yanlış
----------------------	--

Cevaplar	1-d 2-b 3-d 4-d 5-d 6-a
-----------------	-------------------------

Kaynak Kitap	 Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği; Mahmut TEKİN 5.Baskı 2006; Konya
---------------------	--

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Girişimcilik; Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ Beta Yayınları
--	---

HİT276 Uluslararası Halkla İlişkiler

Öğretim Elemanı	Öğr. Gör. Kamil Alacalı
Oda Numarası	127
Ofis Saatleri	Salı 13:15-17:00
E-posta	Kamil.alacali@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 10/12
Derslik	139
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere uluslararası halkla ilişkilerin kavramsal, kuramsal ve tarihsel gelişimini aktarmak; farklı coğrafyalardaki halkla ilişkiler uygulamalarını analiz ederek, küresel ölçekte kamu diplomasisi, algı yönetimi ve stratejik iletişim becerileri kazandırmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Uluslararası Halkla İlişkilerde Kavramsal, Kuramsal ve Tarihsel Yaklaşımlar
	Uluslararası halkla ilişkilerin temel kavramlarını tanımlayabilme.
	Alanın tarihsel gelişim evrelerini kuramsal çerçevede açıklayabilme.
	Geleneksel ve modern yaklaşımlar arasındaki farkları ayırt edebilme
	Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Mevcut Yönelimler
	Küresel halkla ilişkileri şekillendiren politik ve ekonomik faktörleri analiz edebilme.
	Sektördeki güncel eğilimleri ve teknolojik yönelimleri kavrayabilme.
	Çevresel dinamiklerin iletişim stratejileri üzerindeki etkisini değerlendirebilme.
	Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamuoyu Oluşturma
	Uluslararası arenada kamuoyu oluşum süreçlerini açıklayabilme.
	Medyanın küresel ölçekte kamuoyu üzerindeki ikna gücünü değerlendirebilme.
	Farklı hedef kitlelere yönelik kamuoyu oluşturma tekniklerini öğrenebilme
	Amerika Birleşik Devletleri'nde Halkla İlişkiler
	ABD menşeli halkla ilişkiler modellerini ve tarihsel sürecini tanımlayabilme.
	Amerikan pazarındaki stratejik iletişim ve lobicilik faaliyetlerini analiz edebilme.
	Bölgedeki uygulama pratiklerini diğer coğrafyalarla karşılaştırabilme.
	Avrupa'da Halkla İlişkiler
	Avrupa Birliği ve üye ülkelerdeki halkla ilişkiler yaklaşımlarını kavrayabilme.
	Avrupa'daki kurumsal iletişim standartlarını ve etik kuralları öğrenebilme.
	Bölgedeki kültürel çeşitliliğin kampanyalara yansımalarını analiz edebilme.
	Afrika, Orta Doğu ve Orta Asya'da Halkla İlişkiler Uygulamaları
	Gelişmekte olan bölgelerdeki halkla ilişkiler dinamiklerini tanımlayabilme.
	Yerel kültürlerin ve siyasi yapıların iletişim pratikleri üzerindeki etkisini kavrayabilme.

		Uluslararası Halkla İlişkilerde Kullanılan Ortam ve Araçlar Küresel iletişimde kullanılan dijital ve geleneksel medya araçlarını sınıflandırabilme. Sosyal medyanın uluslararası halkla ilişkilerdeki stratejik rolünü analiz edebilme. Mesajın farklı mecralara göre nasıl tasarlanacağını öğrenebilme
		Eylemcilik (Activism) Sivil toplum kuruluşlarının ve aktivist hareketlerin küresel etkisini kavrayabilme. Dijital aktivizm ve toplumsal hareketlerin iletişim stratejilerini analiz edebilme. Kurumların eylemci gruplara yönelik geliştirdiği yanıt modellerini öğrenebilme.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	Uluslararası Halkla İlişkilerde Kavramsal, Kuramsal ve Tarihsel
2	09.02.2026	Yaklaşımlar
3	16.02.2026	Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Mevcut Yönelimler
4	23.02.2026	Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamuoyu Oluşturma
5	02.03.2026	Amerika Birleşik Devletlerin’de Halkla İlişkiler
6	09.03.2026	Avrupa’da Halkla İlişkiler
7	16.03.2026	Afrika, Orta Doğu ve Orta Asya’da Halkla İlişkiler Uygulamaları
8	23.03.2026	Eylemcilik
	4/12.04.2026	Ara Sınav
9	13.04.2026	Kamu Diplomasisi
10	20.04.2026	Uluslararası İlişkiler ve Uluslararası Halkla İlişkiler
11	27.04.2026	Stratejik İletişim Yönetimi
12	04.05.2026	Algı Yönetimi
13	11.05.2026	İmaj Yönetimi
14	18.05.2026	Kültürlerarası İletişim
	2/12.06.2026	Dönem Sonu Sınavı
	17/25.06.2026	Bütünleme Sınavı
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
Örnek Sorular	Soru 1: Joseph Nye tarafından tanımlanan, bir ülkenin arzuladığı sonuçlara zorlama yerine ikna ve cazibe yoluyla ulaşma yeteneğini temsil eden kavram aşağıdakilerden hangisidir? A) Sert Güç B) Lobicilik C) Yumuşak Güç D) Propaganda E) Kamu Diplomasisi Soru 2: Uluslararası bir halkla ilişkiler kampanyasında, "küresel düşün, yerel hareket et" prensibi doğrultusunda, markanın küresel mesajının yerel kültürün değerlerine, diline ve alışkanlıklarına göre uyarlanması stratejisine ne ad verilir? A) Globalleşme B) Glocalizasyon (Küreselleşme ve Yerelleşme) C) Standardizasyon D) Kültürel Emperyalizm	

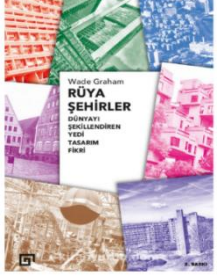
	E) Adaptasyon İptali Soru 3 : Uluslararası halkla ilişkiler bağlamında; devletlerin doğrudan diğer ülke halklarını etkilemek, kendi ulusal çıkarları doğrultusunda sempati kazanmak ve imajlarını iyileştirmek amacıyla yürüttükleri stratejik iletişim faaliyetlerine ne ad verilir? A) Ticari Reklamcılık B) Kamu Diplomasisi C) Kurumsal Sosyal Sorumluluk D) Yatırımcı İlişkileri E) Kriz Yönetimi
--	---

Cevaplar	1.c, 2.b, 3.b
Kaynak Kitap	 Uluslararası Halkla İlişkiler (Editör: Prof. Dr. Fatma Geçikli)
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi <u>Gonca Yıldırım</u>, Uluslararası Halkla İlişkiler, <u>Sema Yıldırım Becerikli</u>

HİT286 Bilimsel ve Kültürel Etkinlik

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Bekar		
Oda Numarası	125		
Ofis Saatleri	Çarşamba 08:15-12:00		
E-posta	serhat.bekar@gop.edu.tr		
Ders Zamanı	Çarşamba 13.15-15.00		
Derslik	139		
Dersin Amacı	Öğrencileri bilimsel ve kültürel etkinliklere teşvik etmek, bu tür etkinliklere olan ilgi ve tutumlarını artırmak, katılımlarını sağlamak, onlara yaşam boyu öğrenme ve sorgulama bilinciyle bilgiyi paylaşma ve öğrenme becerisi kazandırmaktır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Bilim nedir?		
	Bilim kavramını tanımlayabilir.		
	Bilimsel etkinlikler		
	Bilimsel etkinliklerin önemini kavrayabilir.		
	Kültür nedir?		
	Kültür kavramını açıklayabilir.		
	Kültürel etkinlikler 1		
	Kültürel etkinliklere katılım sağlayabilir.		
	Kültürel etkinlikler 2		
	Kültürel etkinliklerin önemini açıklayabilir.		
	Sanat nedir?		
	Sanat kavramını açıklayabilir.		
	Sanatsal etkinlikler 1		
	Sanatsal etkinliklere katılım sağlayabilir.		
	Sanatsal etkinlikler 2		
	Sanatsal etkinliklerin önemini açıklayabilir.		
	Spor nedir?		
	Sporun önemini kavrayabilir.		
	Sportif etkinlikler 1		
	Sportif etkinliklere katılım sağlayabilir.		
	Sportif etkinlikler 2		
	Sportif etkinliklerin önemini açıklayabilir.		
	Yarışma, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri, imza günleri, sergi, müzikal gösterileri, tiyatro, sinema, konser vb. etkinliklere katılma vb. 1		
	Çeşitli bilimsel ve kültürel etkinliklerin önemini açıklayabilir.		
	Çeşitli bilimsel ve kültürel etkinliklere katılım sağlayabilir.		
	Yarışma, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri, imza günleri, sergi, müzikal gösterileri, tiyatro, sinema, konser vb. etkinliklere katılma vb. 2		
	Çeşitli bilimsel ve kültürel etkinliklerin önemini açıklayabilir.		
	Çeşitli bilimsel ve kültürel etkinliklere katılım sağlayabilir.		
	Genel tekrar		
	Bilimsel ve kültürel etkinliklerin yaşam boyu öğrenilmesi bilincini kavrayabilir.		
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	04.02.2026	Bilim nedir?	PY1-PY13
2	11.02.2026	Bilimsel etkinlikler	PY1-PY13
3	18.02.2026	Kültür nedir?	PY1-PY7
4	25.02.2026	Kültürel etkinlikler 1	PY1-PY7
5	04.03.2026	Kültürel etkinlikler 2	PY1-PY7
6	11.03.2026	Sanat nedir?	PY1-PY7

7	25.03.2026	Sanatsal etkinlikler 1	PY1-PY7
8	01.04.2026	Sanatsal etkinlikler 2	PY1-PY7
	04-12 Nisan 2026	Ara Sınav	
9	15.04.2026	Spor nedir?	PY1-PY7
10	22.04.2026	Sportif etkinlikler 1	PY1-PY7
11	29.04.2026	Sportif etkinlikler 2	PY1-PY7
12	06.05.2026	Yarışma, çevre düzenlemesi ve sosyal sorumluluk projeleri, imza günleri, sergi, müzikal gösterileri, tiyatro, sinema, konser vb. etkinliklere katılma vb. 1	PY1-PY7
13	13.05.2026	Yarışma, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri, imza günleri, sergi, müzikal gösterileri, tiyatro, sinema, konser vb. etkinliklere katılma vb. 2	PY1-PY7
14	20.05.2026	Genel tekrar	PY1-PY7-PY10
	02-12 Haziran 2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-26 Haziran 2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Dersin değerlendirmesi; kaynak kitaplar, makaleler ve sınıf içi tartışmalar temel alınarak yapılacak açık uçlu bir vize ve bir final sınavının yanı sıra ödevler ve uygulama çalışmalarıyla gerçekleştirilecektir. Vize %40, final (yazılı sınav %40 + ödev %20) %60 oranında ortalamaya katılır. Geçme notu 60'tır.		
Örnek Sorular	1. Bilimsel araştırma nedir, açıklayınız. (10 P) 2. Bilimsel araştırmalardaki aşamalar nelerdir, açıklayınız (20 P) 3. Bilimsel araştırma projesi (BAP) hakkında bilgi veriniz (20 P)		
Cevap Anahtarı	1. Bilimsel araştırma; “problemlere güvenilir çözümler aramak amacıyla, planlı ve sistemli olarak verilerin toplanması, çözümlenmesi, yorumlanarak değerlendirilmesi ve rapor edilmesi sürecidir. (10 P) 2. Bilimsel bir araştırma için gereken aşamalar: a. Araştırma probleminin ve amaçlarının tanımlanması b. Araştırma modelinin ve hipotezlerin belirlenmesi c. Araştırma yönteminin tasarımı d. Ana kütle ve örneklemin belirlenmesi e. Veri toplama araçlarının geliştirilmesi f. Saha çalışması ve veri toplama g. Veri hazırlama ve analizi h. Araştırma raporunun hazırlanması ve sunulması, şeklindedir. (20 P) 3. Üniversitenin yıllık gelirinin belirli bir bölümünü ayırarak oluşturduğu fon tarafından kısmen ya da tamamen desteklenen ve tamamlandığında sonuçları ile alanında ulusal ya da uluslararası düzeyde bilime, ekonomiye, sanata, ülkenin teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına katkı sağlaması beklenen bilimsel içerikli, yükseköğretim kurumu içi ve/veya dışı, ulusal ve/veya uluslararası kurum ya da kuruluşların katılımlarıyla da yapılabilecek projeler ile bilim insanı yetiştirme ve araştırma altyapısı kurma ve geliştirme projeleridir. (20 P)		
Kaynak Kitap/lar	Öğretim elemanı ders notları (2024).		
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

		Büyüköztürk, Ş., Aygün Ö., Çakmak, E. K., Karadeniz, Ş. (2016). Pegem Akademi: İstanbul.
		Graham W. (2019). Rüya Şehirler: Dünyayı Şekillendiren Yedi Tasarım Fikri. Koç Üniversitesi Yayınları: İstanbul.