

<b>Dersin Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U</b>	<b>Kredisi</b>	<b>AKTS</b>
Dijital Çağın Bireyini Anlamak		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu derste, öğrencilere yaygınlaşan dijitalleşme ve bunun toplum ve daha özelde birey üzerinde yarattığı etkilerin öğretilmesi, buna ilişkin güncel tartışmaları anlama ve katılma noktasında zemin oluşturulması amaçlanmaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Ders kapsamında dijitalleşme kavramı ve süreci geçmişten günümüze ele alınacak, dijitalleşmenin yarattığı çeşitli etkiler bireyin toplumsal yapının bir parçası olduğu bilinciyle ancak mümkün oldukça birey özelinde ele alınacak ve irdelenecektir				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Öğrenciler bilgi çağı ile dijital çağ kavramlarını tartışabileceklerdir. 2-Öğrenciler Yeni sosyo ekonomik sınıfları betimleyebileceklerdir. 3-Öğrenciler X ,Y ve Z kuşağı ayrımını açıklayabileceklerdir. 4-Öğrenciler Z kuşağı demografisi ve yaşam biçimini tanımlayabileceklerdir. 5-Öğrenciler dijital çağın iletişim araçlarını tartışabileceklerdir. 6-Öğrenciler dijital çağın tutum oluşturma aşamalarını tartışabileceklerdir. 7-Öğrenciler yeni küresel köy kavramını tartışabileceklerdir..				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Bilgi Çağından Dijital Çağa Geçerken				
2	Dijital Çağın Değişkenleri				
3	Öğrenme, İletişim ve Bireyselleşme				
4	Bireysel Üretim ve Teknoloji İlişkisi				
5	X,Y,Z Kuşağı Paradigmaları				
6	Z Kuşağı ve Büyük Dönüşüm				
7	Dijital Çağ ve İçerik				
8	ARASINAV				
9	Kimin Mesajı? Mc Luhann'a Yeni Bir Bakış				
10	Sivil Etkileşim				
11	Akıllı Ortamlar Yeni Birey				
12	Sağlık Bağlı Birey ve İletişim				
13	Dijital Sanat ve Birey				
14	Dijital Kültür Gelişimi ve Bireyin Yeri				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Dijital Çağın Bireyi hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve yeni çağın bireyi hakkında yorum yapabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Dijital Çağda Birey ve Toplum. Saniye Vatandaş. Orion Kitapevi (2022) Dijital Çağda Dönüşen Birey, Toplum Ve Siyaset. Süleyman Ekici (Editör). Gazi Kitapevi (2021)					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Ara sınav: % 40 Final: % 60					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Dijital Çağın Bireyini Anlamak																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Gündem Yönetimi ve Kriz İletişimi</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>		Türkçe			
<b>Dersin Seviyesi</b>		Lisansüstü			
<b>Dersin Türü</b>		Seçmeli			
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>		Bu ders ile dağıtım gündeminin belirlenmesi teorisiyle ilgili bilgiler verilmekte, iletişim teorilerinin önemine değinilmekte, kriz yönetimiyle ilgili farklı yaklaşımlar konusunda yeterliliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği</b>		Ders kapsamında öğrencilere halkla ilişkiler faaliyetlerinin en temel uygulamalarından biri olan gündem yönetimi ve olası kriz durumlarında kriz iletişiminin nasıl olması gerektiği ilgili alanyazın kavramsal çerçeve ve örnek olaylar üzerinden öğretilmektedir.			
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>		1-Gündem belirleme teorisinin artalanı 2 Gündem belirleme teorisinin önemi 3-Günümüzdeki yansımaları ve sosyal medya ile ilişkisi 4-Gündem belirleme teorisi ve kriz iletişimi 5-Medya ile İlişkiler			
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Medya ve İletişimin Tanımı, Tarihi Gelişimi ve Medya ve İletişime Yakın Kavramlar				
2	Sosyal Sorumluluğun Medya ve İletişim Açısından Önemi, Örgütsel Kültür ve Medya ve İletişim				
3	Etkin İletişim				
4	Medya ve İletişimde İzlenen Amaçlar ve Temel İlkeler				
5	Kurumsal İmaj, Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İtibar Kavramları				
6	Organizasyon İçinde İletişimin Yeri				
7	Türkiye’de Medya ve İletişim Uygulamaları				
8	ARA SINAV				
9	Gündem Belirleme Teorisi ve Kriz İletişimi				
10	Yerel Yönetimler, Medya ve İletişim				
11	Kamu Yönetimi, Medya ve İletişim				
12	Kamusal Halkla İlişkiler ve Medya				
13	Yeni Kamu İşletmeciliği ve İletişim				
14	Kriz Yönetimi ve Etkili İletişim				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Gündem Yönetimi ve Kriz İletişimi hakkında temel bilgileri edinmiş olur.					

<b>Kaynaklar</b>
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Aydın , Doç. Dr. İbrahim Ethem Taş, Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramlar- Kurumlar- Uygulamalar, Seçkin yayıncılık.
<b>Değerlendirme Sistemi</b>
<b>Ara sınav: % 40</b> <b>Final: % 60</b>

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Gündem Yönetimi ve Kriz İletişimi</b>																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PC7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PC8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PC9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PC10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PC11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PC12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PC13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PC14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PC15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Küresel Halkla İlişkiler Stratejileri</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Dersin amacı, halkla ilişkiler disiplininin uluslararası boyutunu öğrencilere kavratmaktır. Bu bağlamda öğrencilere farklı kültürlerle yönelik profesyonel bir halkla ilişkiler stratejisinin temelleri anlatılmaya çalışılacaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Ders kapsamında küresel uygulamalarda işletme/kurum/kuruluş beklentisine ve yararına uygun iletişim yaklaşımları; küreselleşme ve iletişim arasındaki bağlantı ve tartışmalar; farklı medya sistemleri ve haber rutinlerinin özellikle geleneksel medya, dijital medya, sosyal medya ve mobil teknolojilerin halkla ilişkiler uygulamalarını nasıl etkilediği; kültürlerarası iş uygulamalarında ortaya çıkabilecek sorunlar ve çözüm önerileri; uluslararası şirketlerin ve uluslararası örgütlerin, halkla ilişkilerin küresel alanda gelişimini nasıl etkilediği gibi konular ele alınacaktır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Öğrenciler, farklı kültürlerle yönelik iletişim stratejilerini, hem teorik olarak, hem de örnek olaylar üzerinden öğrenirler 2-Öğrenciler, devletlerin farklı uluslarla iletişimlerini geliştirmek ve onlar üzerinde olumlu bir algı yaratmak amacıyla kullandıkları kamu diplomasisi unsurunu, hem kavramsal, hem de örnek olaylar üzerinden öğrenirler.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Uluslararası halkla ilişkiler tanımları ve konu üzerine yapılmış teorik çalışmalar.				

2	Uluslararası halkla ilişkiler ve kamuoyu oluşturma
3	ABD’de Halkla İlişkiler
4	Avrupa’da Halkla İlişkiler
5	Ortadoğu’da Halkla İlişkiler
6	Asya’da Halkla İlişkiler
7	Afrika’da Halkla İlişkiler
8	ARA SINAV
9	Uluslararası ilişkiler ve uluslararası halkla ilişkiler bağlantısı
10	Kamu Diplomasisi
11	Kültürel Diplomasi ve Yumuşak Güç
12	Algı Yönetimi ve İmaj Yönetimi
13	Kültürler Arası İletişim
14	Stratejik İletişim Yönetimi
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Küresel Halkla İlişkiler Stratejileri hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve konu hakkında uygulama yapabilir.	
<b>Kaynaklar</b>	
Atatürk Üniversitesi, Uluslararası Halkla İlişkiler, Ed. Fatma Geçikli ve Naci İspir, 2017,Sema Yıldırım Becerikli, Uluslararası Halkla İlişkiler, Nobel Yayıncılık, 2005	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Küresel Halkla İlişkiler Stratejileri</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PC1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PC2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PC3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PC4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PC5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PC6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PC7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PC8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PC9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PC10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PC11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PC12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PC13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PC14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PC15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					

<b>Dersin Amacı</b>	Bu derste öğrencilere; marka, markalaşmanın tarihi, markalaşma, marka kimliği/kişiliği/ konumlandırma, kurumsal iletişim, kurumsal kimlik ve kurum medya ilişkileri gibi konu başlıklarının ilgili literatür kapsamında öğretilmesi amaçlanmaktadır.
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu derste Öğrencilere, kurumsal iletişim kavramını, önemini anlatmak, kurumlardaki uygulamaları tanıtmak, kurumsal iletişimi bir bütün olarak değerlendirebilme ve uygulamalarda yer alabilme becerileri kazandırmak ve bu becerileri marka geliştirme ve yönetme stratejilerinde uygulamalarına yardımcı olunacaktır.
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1- Kurumiçi iletişim ile ilgili temel kavramlar hakkında bilgi edinir. 2-Kurumiçi iletişimin önemi, amaçları ve işlevlerini kavrar. 3-Kurumiçi iletişimde hedef kitle ve paydaşları tanımlar. 4-Kurum kültürü kavramı ve yönetimi hakkında bilgi edinir. 5-Kurumiçi iletişimde hikayelerin önemi ve işlevini açıklar. 6-Kurumiçi iletişim ortam ve araçlarını açıklar.
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Kurumiçi İletişimde Temel Kavramlar
2	Kurumiçi İletişimin Önemi ve Amaçları
3	Kurumiçi İletişimin İşlevleri
4	Kurumiçi İletişimde Hedef Kitle ve Paydaşlar
5	Çalışanlarla İletişim
6	Kurum Kültürü Kavramı
7	Kurumsal Değerler, Normlar, Semboller
8	ARA SINAV
9	Kurum Kültürü Yönetimi
10	Kurumiçi İletişimde Hikâyeler
11	Kurumiçi İletişim Araç ve Ortamları
12	Kurumsal Yayınlar
13	Kurumsal Etkinlikler
14	Kurumiçi Dijital İletişim Araçları
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi hakkında temel bilgileri edinmiş olur.	
<b>Kaynaklar</b>	
Kurumsal İletişim Yönetimi ve Profesyonel Markalar Yazar: Çakar Mengü Yayınevi: Derin Yayınları Arpacık, R. (2013) Görsel Boyutlarıyla Kurumsal İletişim ve Stratejik İletişim Yönetimi (Kavram – Uygulama – Örnekler-Öneriler) Doç. Dr. Aydın Yılmaz 1. Baskı, Eylül 2020 (Seçkin Yayıncılık).	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4



ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>			<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>				

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Stratejik İletişim Yönetimi		Güz	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin stratejik iletişim yönetimi hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır. Stratejik İletişim Yönetiminin kamuoyunu oluşturma üzerindeki rolünün yeni yaklaşımlar nezdinde ele alınması dersin bir diğer amacıdır.				
Dersin İçeriği	Ders kapsamında, strateji kavramı ve stratejik yönetim süreci; stratejik yönetim bağlamında iç ve dış çevre; kurumsal rekabet ve uluslararası stratejiler, pazar seçiminde kritik faktörler ile strateji geliştirme, uygulama ve kontrolüne ilişkin sistem ve araçlar ele alınacaktır..				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1-Stratejik iletişim yönetimine dair yaklaşımları bilir. 2-Stratejik iletişim yönetiminin kullandığı uygulamaları bilir ve uygular. 3-Stratejik iletişime eleştirel olarak bakabilir.				
Haftalar	Konular				
1	Stratejik iletişim yönetimi kavramının tanımlanması				
2	Stratejik iletişim yönetimi / halkla ilişkiler ilişkisi				
3	Stratejik iletişimde organizasyon teorisi yaklaşımları				
4	Stratejik iletişim yönetiminde kamuoyu				
5	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kamu Diplomasisi				
6	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kurumsal Sosyal Sorumluluk				
7	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kurumsal Sürdürülebilirlik				
8	ARA SINAV				
9	Stratejik İletişim Yönetiminde Paydaş Yönetimi				
10	Stratejik İletişim Yönetimi ve Etik				
11	Öğrenci Sunumları				
12	Öğrenci Sunumları				
13	Öğrenci Sunumları				
14	Öğrenci Sunumları				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Stratejik İletişim Yönetimi hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve saha çalışması yapabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Bernays, Edward. Propaganda. Pegasus Yayınları, 2023, İstanbul. Biber, Ayhan. “Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, Amme İdaresi Dergisi. Cilt 36, Sayı 4, Aralık 2003, s. 43-53. Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Canöz, Kadir. Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik. Konya, Nüve Kültür Merkezi, 2007.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Ara sınav: % 40 Final: % 60					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Stratejik İletişim Yönetimi																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Araştırma Tasarımı ve Raporlama</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersi alan öğrencilerin bilimsel araştırma yöntem ve tekniklerini ve bilimsel araştırma süreçlerini açıklayabilmesi; bir araştırmanın amaç, kapsam ve problemlerini tanımlaması; evren ve örneklem grubunu açıklayabilmesi; anket, mülakat ve gözlem tekniklerini tanımlaması; bilimsel araştırma verilerini yorumlayıp raporlaştırabilmesi amaçlanmaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Ders kapsamında öğrencilere bilimsel araştırmaya ilişkin temel kavramlar, teori ve yöntemin amaçları; bilimsel bilgiye ulaşma yolları vb. konular öğretilecektir				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Bilimsel araştırma ile ilgili temel kavramları açıklayabilecektir. 2- Sosyolojide bilimsel araştırma yöntem ve tekniklerini açıklayabilecektir. 3- Bilimsel araştırma yöntem ve tekniklerini ve bilimsel araştırma sürecinin aşamalarını açıklayabilecektir.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Bilgi, bilim, sosyal bilim ve toplumsal araştırma				
2	Sosyal Bilimlerde Yöntemsel Yaklaşımlar				
3	Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemleri				
4	Araştırma Desenleri				
5	Araştırma Konusu ve Problem Formülasyonu				
6	Literatür Taraması				
7	Araştırmanın Amacı, Önemi, Kapsam ve Sınırlılıkları				
8	ARA SINAV				
9	İşlemselleştirme ve Kavramsallaştırma				
10	Örneklem Seçimi				

11	Ölçüm Aracı Geliştirme ve Veri Toplama
12	Nitel ve Nitel Veri Analizi Süreçleri
13	Güvenirlilik, Geçerlik, Güven Duyulabilirlik ve Bilim Etiği
14	Raporlama, Bilimsel Dil ve Yazım Stratejileri
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Araştırma Tasarımı ve Raporlama hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve sahada uygulama yapabilir.	
<b>Kaynaklar</b>	
BİLİMSEL ARAŞTIRMA Tasarım Yazım Ve Yayım Teknikleri. Metin Kozak. Detay Yayıncılık (2021)	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
Ara sınav: % 40	
Final: % 60	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Araştırma Tasarımı ve Raporlama</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PC4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PC5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PC6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PC7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PC8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PC9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PC10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PC11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PC12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PC13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PC14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PC15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Reklam ve Reklamcılık Tarihi</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı; öğrencilerin reklamcılıkla ilgili temel kavramları, mecraları, süreçleri, kurumları ve yeni eğilimleri tanıyarak bir reklam kampanyasını çeşitli basamaklarıyla rasyonel bir şekilde planlayabilme becerisini kazanmalarını sağlamaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders kapsamında öğrencilere reklam ve reklamcılığa ilişkin kavramlar tarihsel perspektiften reklamcılığın gelişimi bağlamında öğretilenektir. Ders kapsamında günümüz reklamcılık uygulama ve yaklaşımlarını daha iyi kavrayabilmeleri için öğrencilere geçmişten günümüze reklam ve reklamcılık alanında yaşanan gelişim konuları ele alınacaktır.				

<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Reklamcılık kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir 2-Reklam iletişimi sürecini ve bileşenlerini kavrar 3-Reklam yaratımı süreci hakkında teorik donanım kazanır 4-Reklamcılıktaki yeni eğilimlerin öneminin farkında olur 5-Reklamcılıkla ilgili kurum ve kuruluşları tanıyabilme 6-Reklamcılıkla ilgili süreli ve süresiz yayımları takip etmeye isteklilik
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Dersin Tanıtımı - Kapsamı- İletişim, pazarlama iletişimi ve reklama ilişkin temel kavramlar
2	Reklamın Diğer Alanlarla İlişkisi
3	Reklam Ortamları ve Özellikleri
4	Açık hava Reklam Ortamları Transit Reklam Ortamları İnternet Satış Yeri Reklam Uygulamaları Sinema
5	Reklamın İşleyiş Süreci ve Geleneksel Etki Modelleri
6	Reklam Kampanyası Kavramı, Reklam Kampanyası Aşamaları
7	Reklam Kampanyası Aşamaları
8	ARA SINAV
9	Reklam Etkinliğinin Ölçülmesi
10	Reklamcılıkta Yeni Eğilimler
11	Reklamcılıkta Yeni Eğilimler II
12	Reklamcılıkla İlgili Kurumlar
13	Reklamcılıkla İlgili Ulusal ve Uluslararası Sektörel Kuruluşlar
14	Reklamda Etik ve Denetim
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Reklam ve Reklamcılık Tarihi hakkında temel bilgileri edinmiş olur.	
<b>Kaynaklar</b>	
Tuncer, E. S. Göstergibilim ve Reklam Çalışmaları, 2023. , Elden, M., Reklam ve Reklamcılık. Say Yayınları, 2009.,Tuncer, E. S. Reklam Göstergibilimi, Kriter Yayınları, 2021.	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Reklam ve Reklamcılık Tarihi																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözüme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.



Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Medya ve İletişim Kuramları		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Medya ve İletişim alanında geliştirilmiş olan temel kuramsal yaklaşımların bilinmesini, tartışılmasını karşılaştırılabilmesini sağlamak böylece akademik çalışma ve araştırmalarda yönelim seçimine temel oluşturmaktır. Ayrıca medya ve iletişim alanında gündelik yaşamda karşılaşılan konu ve sorunlara eleştirel bakış açısı kazandırmaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Medya ve İletişim alanında geliştirilmiş olan temel kuramsal yaklaşımların bilinmesini, tartışılmasını karşılaştırılabilmesini sağlamak böylece akademik çalışma ve araştırmalarda yönelim seçimine temel oluşturmaktır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Medya ve İletişim alanında geliştirilmiş olan temel kuramsal yaklaşımların bilir 2-Medya ve iletişim alanında gündelik yaşamda karşılaşılan konu ve sorunlara eleştirel bakış açısı kazanır.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Modern Toplum ve Kitle İletişim				
2	Sibernetik				
3	Fonksiyonalizm				
4	Makale				
5	Tarihsel ve Ekonomik Yaklaşımlar: Innis ve McLuhan				
6	Makale				
7	Frankfurt Okulu				
8	ARA SINAV				
9	Frankfurt Okulu II				
10	Makale				
11	Althusser ve Gramsci				
12	Semiyoloji –R. Barthes				
13	Kültürel Çalışmalar				
14	Genel Tartışmalar				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Medya ve İletişim Kuramları hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve yeni medyaya yönelik yeni bakış açıları kazanır.					
<b>Kaynaklar</b>					
1. ATTALAH, Paul. Théories de la Communication- Histoire, Contexte, Pouvoir, Québec: Eds. Télé-Université, 1989					
2. ATTALAH, Paul. Théories de la Communication_Sens, Sujets, Québec:Eds. Télé- Université, 1989					
3. MATTELARD, Armand. Histoire des Théories de la Communication, Paris: Eds. La Découverte, 1995					
4. BRETON, Philippe et PROULX Serge. L'Explosion de la Communication, Paris: Eds. La Decouverte,1989					
5. ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan. Öteki Kuram, Erk Yayınları, 2005					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Medya ve İletişim Kuramları																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Uluslararası İletişim		Güz	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, uluslararası iletişim alanında geçmişten günümüze ortaya atılan kuramsal perspektifleri, ön plana çıkan kavram ve yaklaşımları dönemlerinin siyasal ve sosyo-kültürel bağlamı içinde ve belli başlı yazarların önemli çalışmalarını temel alarak eleştirel bir bakış açısıyla incelemektir				
Dersin İçeriği	Bu derste uluslararası iletişim alanında geçmişten günümüze ortaya atılan kuramsal perspektifleri, ön plana çıkan kavram ve yaklaşımları ele alınacaktır.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1- Uluslararası iletişimi etkileyen faktörleri, teknik, sosyal, siyasal, hukuki ve makro ekonomik boyutların tümünü göz önünde bulundurarak değerlendirebilecektir. 2- Uluslararası iletişimde siyasal iletişim, siyasal kültür ve kamuoyunun nasıl oluştuğunu sorgulayabilecektir. 3- Uluslararası iletişim manipülasyon, propaganda, algı yönetimi, bilgilendirme ve dezenformasyon kavramlarını ve bunları işleyen aktörlerinin karar verme mekanizmalarını yorumlar. 4- Uluslararası iletişimde küreselleşme, Kuzey-Güney bölünmesi ve kültür emperyalizminin etkilerini sorgular.				
Haftalar	Konular				
1	Giriş ve Genel Kavramlar				
2	Geçmişten günümüze uluslararası iletişimin genel tarihçesi				
3	Uluslararası İletişimin Aktörleri ve Araçları / Araçların üretimi				
4	Siyasal İletişim amaçlı Uluslararası İletişim				
5	Siyasal Kültürün oluşumunda Uluslararası İletişim				
6	Kamuoyu ve kamu diplomasisinde uluslararası iletişimin rolü				
7	Manipulasyon ve propaganda aracı olarak uluslararası iletişim				
8	ARA SINAV				
9	Uluslararası İletişimde Örnek Olaylar Üzerine Tartışma				
10	Kuzey-Güney Çatışmasının Uluslararası İletişimde Etkisi				

11	Küreselleşme, Küreselcilik ve Uluslararası İletişim
12	Kültürel Emperyalizm ve Uluslararası İletişim
13	Ulusal Kimlik ve Uluslar Ötesi Kimlik Oluşumunda Uluslararası İletişim Etkisi Uluslararası
14	İletişim aracı olarak Sosyal Medyanın Yeni Dünya Düzeninde Rolü
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Uluslararası İletişim hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve İletişimin Uluslararası boyuttaki etkinliği noktasında deneyim kazanır.	
<b>Kaynaklar</b>	
Uluslararası İletişim A. Rıdvan Bülbül NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK (2000)	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Uluslararası İletişim</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PC4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PC5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PC6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PC7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PC8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PC9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PC10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PC11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PC12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PC13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PC14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PC15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Çevre Eğitimi ve İklim Değişikliği</b>		Güz	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bilinç: Bireylerin ve toplumların, tüm çevre ve sorunları hakkında bilinç ve duyarlılık kazanmasını sağlamak; Bilgi: Bireylerin ve toplumların çevre ve sorunları hakkında temel bilgi ve deneyim sahibi olmalarını sağlamak; Tutum: Bireylerin ve toplumların çevre için belli değer yargılarını ve duyarlılığını, çevreyi koruma ve iyileştirme yönünde etkin katılım isteğini kazanmalarını sağlamak; Beceri: Bireylerin ve toplumların çevresel sorunları tanımlamaları ve çözümlenmeleri için beceri kazanmalarını sağlamak; Katılım: Bireylere ve toplumlara, çevre sorunlarına çözüm getirme çalışmalarına her seviyeden aktif olarak katılma imkânı sağlamak.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu derste sağlıklı, yaşanabilir ve sürdürülebilir bir çevre, çevre bilinci ve çözüme dönük yapıcı düşünce modeli öğretilenektir. Bu amaçla tarihsel süreçte yaşanan çevresel sorunlar ve iklim konularına dikkat çekilenecektir.				

<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1- Sağlıklı, yaşanabilir ve sürdürülebilir bir çevre, çevre bilinci ve çözüme dönük yapıcı düşünce modeli geliştirir. 2- çevre sorunlarına çözüm getirme çalışmalarına her seviyeden aktif olarak katılım gösterir. 3- tüm çevre ve sorunları hakkında bilinç ve duyarlılık kazanır
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Çevre Eğitiminin Önemi ve Dersle İlgili Kaynakların Tanıtılması
2	Çevre Sorunlarının Tarihsel Gelişimi
3	Çevre Eğitiminde Yaklaşımlar
4	Çevre Eğitiminde Yaklaşımlar II
5	Ekoloji İle İlgili Kavramlar
6	Madde Döngüleri
7	Atmosfer İle İlgili Çevre Sorunları
8	ARA SINAV
9	Sularla İlgili Çevre Sorunları
10	Toprakla İlgili Çevre Sorunları
11	Gürültü Kirliliği
12	Hızlı Nüfus Artışı ve Sorunları
13	Çevre İle İlgili Kuruluşlar
14	Genel Değerlendirme
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Çevre Eğitimi ve İklim Değişikliği hakkında temel bilgileri edinmiş olur.	
<b>Kaynaklar</b>	
Çevre Eğitimi. Pegem Akademi (Editörler: Ramazan Sever , Elvan Yalçinkaya). (2018).	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>	

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Çevre Eğitimi ve İklim Değişikliği																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözüme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
UZMANLIK ALAN DERSİ (GÜZ)		Güz	4+0	4	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı					
Dersin İçeriği	Ders bilimsel bir tezin yazım sürecine ışık tutmaktadır. Bu bağlamda öğrencilere süreç hakkında bir perspektif kazandırılmakta ve makalenin yapısal				
Dersin Öğrenme Kazanımları	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Öğrenciler bireysel çalışma özellikleri kazanabilecektir.</li> <li>▪ Öğrenciler seçeceği bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olabilecektir.</li> <li>▪ Öğrenciler çalışmasını raporlayabilecektir.</li> <li>▪ Tez konusu hakkında temel birincil ve ikincil kaynakları kavrayabilme</li> <li>▪ Alanında daha önce yapılan çalışmalarını eleştirel ve karşılaştırmalı bir bakış açısıyla değerlendirebilme</li> </ul>				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Tez konusu araştırması				
2	Tez konusu araştırması				
3	Kaynak Araştırma				
4	Kaynak Araştırma				
5	İçindekiler kısmının hazırlanışı				
6	İçindekiler kısmının hazırlanışı				
7	Dipnotlar ve kaynakça				
8	Araştırma önerisinin yazılması				
9	Araştırma önerisinin yazılması				
10	Araştırma tasarımı				
11	Araştırma tasarımı				
12	Araştırma tasarımı				
13	Araştırma tasarımı				
14	Araştırma tasarımı				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Öğrenci iletişim araştırmalarında makale yazım sürecine yönelik bilgi sahibi olur; içerik analizi tekniği hakkında teorik ve uygulama düzeyinde beceriler kazanır.					
<b>Kaynaklar</b>					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					



Ara sınav: % 40  
Final: % 60

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları																	
Katkı Düzeyi	1: Çok Düşük				2: Düşük			3: Orta			4: Yüksek			5: Çok Yüksek			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: UZMANLIK ALAN DERSİ																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PC9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PC10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PC11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PC12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PC13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PC14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PC15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
TEZ ÇALIŞMASI (GÜZ)		Güz/Bahar	0+0	0	24
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı lisansüstü program boyunca öğrencilere verilen derslerde kazandırılan kuramsal ve uygulamalı bilgi ve beceriler kullanılarak, bir danışmanın takibinde öğrencinin bir araştırmayı, araştırma sorusunun ortaya konmasından veri toplama ve analizine kadar yürütüp bir tez halinde yazmasını ve sunmasını sağlamak ve bu süreçte bir lisansüstü uzman araştırmacı ya da uygulamacı olarak ihtiyaç duyacağı donanımı öğrenciye kazandırmaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders, bir araştırmanın bağımsız olarak baştan sona yürütülmesi ve buna dair becerilerin öğrenilmesini içermektedir. Buna göre, bir danışmanla beraber ilk önce bir araştırması sorusu belirlenmekte, bu soru üzerine literatür taraması yapılmakta, literatürde bu sorunun araştırılmasına ilişkin yöntemlerle beraber eksiklikler de dikkate alınarak özgün bir hipotez ve araştırma tasarımı kurulmaktadır. Daha sonra bu araştırma tasarımı çerçevesinde veri toplanmakta ve çalışmanın kuramsal temeli, yöntemi, sonuçları ve sonuçların değerlendirilmesini içeren bir tez yazılmaktadır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tez çalışmalarını yürüttükleri alanda ileri düzeyde bilgi ve birikim elde edecektir.</li><li>▪ Bağımsız olarak özgün bir araştırma problemi ortaya atabilecek ve bunun nasıl araştırılabileceğini belirleyebilecektir.</li><li>▪ Kendi seçtikleri bir alanda bağımsız araştırmalarını sürdürebilecek düzeye gelecektir.</li></ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bir araştırmayı ve araştırmanın sonuçlarını hem yazılı hem de sözlü olarak etkin bir biçimde aktarabilecektir</li> <li>▪ Herhangi bir araştırma probleminin araştırılmasında kendi ölçme yöntemlerini geliştirmek için gereken çalışmalarını yapabilecektir.</li> <li>▪ İncelediği araştırmaları eleştirel bir bakış açısıyla ele alabilecek, eksiklikleri ve eksiklikleri düzeltmek için yapılabilecekleri görebilecektir.</li> <li>▪ Belirli bir bilimsel problem konusunda farklı kuramsal açıklama çerçevelerinin bakış açısını analiz edebilecek, kavrayabilecek ve farklı çerçeveleri entegre edebilecek beceriyi kazanacaktır.</li> </ul>
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Danışman ile görüşme
2	Bağımsız çalışma
3	Bağımsız çalışma
4	Danışman ile görüşme
5	Bağımsız çalışma
6	Bağımsız çalışma
7	Bağımsız çalışma
8	Danışman ile görüşme
9	Bağımsız çalışma
10	Bağımsız çalışma
11	Bağımsız çalışma
12	Danışman ile görüşme
13	Danışman ile görüşme
14	Dönemin gözden geçirilmesi
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
<input type="checkbox"/>	Tez çalışmalarını yürüttükleri alanda ileri düzeyde bilgi ve birikim elde edecektir
<b>Kaynaklar</b>	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŐKİŐİ TABLOSU</b>
--

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17			
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4			
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																				
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>				<b>5: Çok Yüksek</b>			

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: TEZ ÇALIŞMASI</b>																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği		Bahar	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bilimsel araştırma süreçlerinin temel kavramlarının öğretilmesi, Bilimsel araştırmada etik kavramının öğretilmesi, Araştırma problemi oluşturulması süreçlerinin öğretilmesi, Araştırma hipotezinin ve değişkenlerinin tanımlanmasının öğretilmesi, Kaynak kullanımı ve atıf yöntemlerini öğretilmesi, Araştırma raporu hazırlanmasının öğretilmesi dersin amaçlarını oluşturmaktadır.				
Dersin İçeriği	Araştırma süreçleriyle ilgili temel kavramlar, nicel, nitel ve karma araştırma yöntemlerinin geliştirilmesi, uygulanması ve raporlaştırılması				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1-Bilimsel araştırmayla ilgili temel kavramları tanımlar. 2- Araştırma problemini, hipotezini ve değişkenlerini belirler. 3- Araştırma bulgularını ve sonuçlarını içeren araştırma raporu yazar. 4- Bilimsel araştırmada etik kavramını öğrenir. 5- Bilimsel araştırmada atıf verme yöntemlerini öğrenir.				
Haftalar	Konular				
1	Giriş, ve ders hakkında genel bilgilerin aktarılması.				
2	Bilim araştırma ve bilimsel çalışmalar yönteminde temel kavramlar. Bilimsel araştırmada etik kavramı.				
3	Bilimsel araştırmada bağımlı ve bağımsız değişkenler. Bilimsel araştırmada tümevarım ve tümdengelim. Bilimsel araştırmada atıf verme yöntemleri.				
4	Araştırma konusunun belirlenmesi süreci. Araştırma probleminin tanımlanması aşamaları.				
5	Bilimsel araştırmada izlenecek aşamalar; Konunun seçilmesi. Konuyu Sınırlandırma Hipotez kurma Geçici plan Kaynakların toplanması Okuma ve not alma Raporun yazılması.				
6	Bilimsel araştırma süreci. Araştırma konusunun (probleminin) seçimi ve araştırma önerisinin oluşturulması. Araştırma stratejisinin ve hipotezlerin belirlenmesi.				
7	Bilimsel araştırmada ana kütle (evren/örneklem) belirlenmesi. Veri toplama. Verilerin analizi. Araştırma sonuçlarının ve bulgularının açıklanması.				
8	ARA SINAV (VİZE) HAFTASI				
9	Bilimsel araştırma konusu seçiminde dikkat edilmesi gerekenler.				
10	Bilimsel araştırmada veri ve veri kaynakları.				
11	Bilimsel araştırma konusunun belirlenmesinde; Kuram/teori ve uygulamalar, Güçlü ve zayıf yönlerin tespiti, Daha önce yapılan bilimsel çalışmaların incelenmesi. Tartışma. Kaynak incelemesi.				
12	Kullanılan araştırma yöntemlerine göre bilimsel araştırmaların sınıflandırılması. Deneysel araştırmalar. Anket araştırmaları. Örnek olay çalışması.				
13	Bilimsel araştırmalarda pozitivist ve yorumlayıcı yaklaşımların temel özellikleri.				

14	Bilimsel araştırma raporunun yazılması.
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Araştırma süreçleriyle ilgili nicel, nitel ve karma araştırma yöntemlerini kavrar ve uygular.	
<b>Kaynaklar</b>	
Bilimsel araştırma yöntem ve teknikleri kitapları., Karasar, Niyazi, (2009) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayınları.	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği</b>																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve/veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
İletişim Çalışmalarına Giriş		Bahar	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı tarihsel gelişim süreci içerisinde temel iletişim araştırmaları ve kuramlarını irdelemektir.				
Dersin İçeriği	Liberal iletişim çalışmaları içerisinde temeli atan araştırmalar ve etki geleneği ele alınmaktadır. Liberal paradigma içerisinde halen kullanılmakta olan Kullanımlar Doyumlar, Gündem Belirleme, Suskunluk Sarmalı konularının ardından eleştirel paradigma ve temel kuramları işlenmektedir: Frankfurt okulu, ekonomi-politik yaklaşım, kültürel çalışmalar, feminist medya çalışmaları. Ayrıca yeni iletişim teknolojileri bağlamındaki gelişmeler; yeni medya ve sosyal medya ele alınan bir diğer önemli konudur.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1-İletişim kuramlarını hazırlayan sosyal, ekonomik ve politik süreçler hakkında kavrayış kazanmak. 2- İletişim Kuramlarına yönelik gerçekleştirilen araştırma faaliyetleri hakkında bilgi edinmek 3- Kullanımlar doyumlar yaklaşımı, kültürel göstergeler ve ekme kuramı konuları hakkında bilgi sahibi olmak. 4- Gündem belirleme ve suskunluk sarmalı kuramı konularında bilgi sahibi olmak				

5- Anaakım - eleştirel akım ve farkları konularında bilgi sahibi olmak	
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Öğrencilerin dersin konusu amacı ve sınırları hakkında bilgilendirilmesi, dersin içeriğine yönelik bibliyografik bilgi verilmesi.
2	Kitle iletişim etki araştırmaları ve egemen kuramlar.
3	Uyarıcı-tepki/hipodermik iğne modeli.
4	İki aşamalı akış modeli
5	İletişime teknolojik yaklaşımlar: H.A. Innis'in modeli, M. McLuhan'ın modeli
6	Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı
7	Kültürel göstergeler ve ekme kuramı
8	ARA SINAV (VİZE) HAFTASI
9	Gündem belirleme kuramı
10	Suskunluk Sarmalı.
11	Eşik bekçiliği kuramı
12	Bilgi eksikliği kuramı
13	Bağımlılık Kuramı
14	Kitle İletişim ve Popüler Kültür
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Bu derste öğrenci, İletişim kuramlarını hazırlayan sosyal, ekonomik ve politik süreçler hakkında kavrayış kazanır. İletişim Kuramlarına yönelik gerçekleştirilen araştırma faaliyetleri hakkında yetkinlik elde eder.	
<b>Kaynaklar</b>	
Nurettin Güz, Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları,. Keane, Medya ve Demokrasi,Medya Etki Araştırmaları, Derleyen /Çeviren: Murat Sadullah Çebi, Alternatif Yayınları 2003, E. Noelle Neumann, Kamuoyu,D. McQuail, Kitle İletişim Kuramları, W. Lippman, Public Opinion, Levent Yaylagül Kitle İletişim Kuramları	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>			<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>				



### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: İletişim Çalışmalarına Giriş																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
------------	------	----------	-----	---------	------

<b>İstatistiksel Çözümleme ve Değerlendirme</b>		Bahar	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>		Türkçe			
<b>Dersin Seviyesi</b>		Lisansüstü			
<b>Dersin Türü</b>		Seçmeli			
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>		Bu derste araştırma yöntem ve tekniklerine ilişkin veri toplama bunları değerlendirme, anlamlandırma ve raporlama konularında ihtiyaç duyacakları bilgi ve yeteneklerin kazandırılması amaçlanmaktadır			
<b>Dersin İçeriği</b>		Bu derste bilimsel araştırma yöntemleri, istatistiksel çözümleme ve bunların analizi ve değerlendirilmesi			
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>		1- Bilimsel araştırma yöntemleri doğru kullanabilme 2- İstatistiksel çözümleme yapabilme 3- İstatistiksel Çözümlemeleri değerlendirip, raporlayabilme 4-SPSS programında veri dosyası oluşturabilecektir. 5-Veri dosyası oluşturur. 6-Veri dosyasını organize eder. 7-Tanımlayıcı analizleri yapar. 8-Parametrik testleri uygular. 9-Ortalamalar arası fark testleri yapar. 10-Sonuçları yorumlar. 11-Parametrik olmayan testleri uygular. 12-Uygun testi seçer 13-Testi uygular ve sonuçları yorumlar			
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Değişken Kavramı				
2	Ölçme ve Ölçekler				
3	SPSS Veri Analizi Dosyası Oluşturma				
4	Verilerin Düzenlenmesi				
5	Tanımlayıcı İstatistikler				
6	Normal Dağılım Testleri				
7	Parametrik Hipotez Testleri: Bağımsız İki Örneklem T-Test				
8	ARA SINAV				
9	Tek Örnek T-Test				
10	Varyans Analizi				
11	Ki-Kare Testi				
12	Mann-Whitney U Testi				
13	Kruskal-Wallis Testi				
14	Güvenilirlik Analizi				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
İstatistiksel Çözümleme ve Değerlendirme Konusunda temel bilgileri edinmiş olur ve raporlama yapabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
İstatistiksel Analiz. Dilek Altaş. Beta Yayınları (2011) SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Abdullah Can. Pegem Akademi Yayıncılık. (2023)					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: İstatistiksel Çözümleme ve Değerlendirme																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Küreselleşme ve Uluslararası Güncel Olaylar</b>		Bahar	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders, öğrencilere dünyaya ve uluslararası alanda cereyan eden olaylara aralarında anlam ilişkileri keşfedebilecekleri bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu derste uluslararası arenada yaşanan olaylara ilişkin yeni yaklaşımlar ve konular ele alınacaktır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Uluslararası Arenadaki Güncel Sorunları Genel Hatlarıyla Kavranması 2-Soğuk Savaş Döneminin Farklı Ülkeler ve Bölgeler Üzerindeki Etkilerinin Anlaşılması 3-Büyük Ülkelerin Soğuk Savaş Döneminde ve Sonrasındaki Dış Politikalarının Genel Hatlarıyla Kavranması 4-Uluslararası Alandaki Ekonomik Mücadelelerin Genel Olarak Kavranması				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Kavramsal Çerçeve				
2	Soğuk Savaş ve Sonrası Uluslararası Sistemin Yeniden Yapılanma Süreci				
3	Soğuk Savaş Sonrasında Karadeniz Coğrafyasında "Büyük Oyun"				
4	Soğuk Savaş Sonrasında BM ve Uluslararası Hukuk				
5	Soğuk Savaş Sonrasında NATO				
6	AB'nin Güncel Sorunları				
7	Genel Tekrar				
8	ARA SINAV				
9	Soğuk Savaş Sonrasında Rus Dış Politikası				
10	Soğuk Savaş Sonrasında Balkanlar				
11	Soğuk Savaş Sonrasında ABD Dış Politikası				
12	Uluslararası İlişkilerde İmaj: Başarısız Devlet Örneği				
13	Arap Baharı ve Mülteci Krizi				
14	Çin ABD Arasında Ticaret Savaşları ve Küresel Piyasalara Etkisi				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					

Küreselleşme ve Uluslararası Güncel Olaylar hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve politik manevralar hakkında yorum yapabilir.

#### Kaynaklar

Uluslararası İlişkilerde Güncel Konular ve Türkiye. Doç. Dr. Cenap Çakmak, (Editör)Doç. Dr. Nejat Doğan, (Editör)Yrd. Doç. Dr. Ahmet Öztürk (Editör). Seçkin Yayıncılık (2012)  
Uluslararası İlişkilerde Güncel Sorunlar. Kolektif. Nobel Akademik (2019)

#### Değerlendirme Sistemi

Ara sınav: % 40  
Final: % 60

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları																	
Katkı Düzeyi	1: Çok Düşük			2: Düşük			3: Orta			4: Yüksek			5: Çok Yüksek				

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Küreselleşme ve Uluslararası Güncel Olaylar																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Medya ve Siyaset		Bahar	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu derste öğrencilerin birer iletişim aracı olan sosyal medya platformları ile bunların siyasal amaçlı kullanımları hakkında güncel bilgilere sahip olmaları, ilgili tartışma ve eğilimleri yetkin biçimde kavrayabilmeleri amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Toplumun temel iletişim mecraları olan geleneksel ve dijital medya (sosyal medya) platformlarının siyasal alan ve aktörleriyle ilişkisi dersin ana eskenini oluşturmaktadır. Siyasal iletişim uygulamalarında dijital ortam ve platformların etkin ve yaygın kullanımı söz konusudur. Bu bağlamda farklı platformlar ekseninde sosyal medya kullanımının siyasal tutum ve davranışlar üzerindeki mevcut ve olası etkileri yapılmış bilimsel çalışmalar ışığında ele alınarak incelenecektir				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1- İdeoloji, iktidar ve bilgi arasındaki ilişkileri yorumlayabilecektir. 2- İdeolojinin tarihsel gelişimini açıklar 3- Tüketim kültürü ve ideoloji arasındaki ilişkiyi açıklar 4- İktidar ve medyanın ekonomi -politigi arasında nasıl bir ilişkisellik olduğunu çözümler.				

	5- Demokrasi ve kamusal alan tartışmalarını medya ile ilişkilendirerek çözümler. 6- İletişim teknolojilerindeki gelişim ile beraber medyada yaşanan dönüşümü yorumlar.
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Medya Kültür ve İdeoloji
2	Medya Kültür ve İdeoloji II
3	İktidar ve Medyanın Ekonomi Politigi
4	Milliyetçilik, Etnik Azınlıklar ve Medya
5	Milliyetçilik, Etnik Azınlıklar ve Medya II
6	Medya, Demokrasi ve Kamusal Alan
7	Medya, Demokrasi ve Kamusal Alan II
8	ARA SINAV
9	İletişim, Teknoloji ve Siyaset
10	İletişim, Teknoloji ve Siyaset II
11	Savaş ve Medya
12	Postmodern Siyaset ve Medya
13	Postlar Çağında Siyaset ve Medya
14	Değişim İletişim Araçları ve Siyasetin Dönüşümü
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Medya ve Siyaset hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve yorumlama yapabilir.	
<b>Kaynaklar</b>	
Medya ve Siyaset. (Kolektif). Çizgi Kitabevi (2019). Medya ve Siyaset. Caner Arabacı, Prof. Dr. Metin Işık, Birol Akgün, Nurettin Güz, Doç. Dr. Hamza Çakır, Prof. Dr. Şahin Filiz EĞİTİM KİTABEVİ (2008).	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b> <b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Medya ve Siyaset																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.



<b>Dersin Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyılı</b>	<b>T+U</b>	<b>Kredisi</b>	<b>AKTS</b>
<b>Dijital İletişim ve İçerik Yönetimi</b>		Bahar	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders kapsamında öğrencilerin teknolojik altyapı başta olmak üzere analogdan dijitale geçiş süreci, yeni medya ve çevrimiçi (online) iletişim gibi kavramlar üzerinden içinde bulunduğumuz dijital çağ ve onun en görünen çıktısı olan sosyal medya uygulamaları ile ilgili tartışmaları ve eğilimleri kavrayabilecekleri donanımın sağlanması amaçlanmaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu derste dijital mecralar, dijital ikna ve satış modelleri, influencer kavramı, uygulamalar vb. konularda yapılmış bilimsel çalışmalar ele alınacaktır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1- Sosyal medyanın gelişimini ve sosyal medyanın temel kavramlarını tanımlayabilir. 2-Sosyal medyada iletişim sürecini açıklayabilir. 3-Farklı sosyal medya araçlarını ve bunların kullanımlarını açıklayabilir. 4-Sosyal medyanın halkla ilişkiler alanında kullanımını betimleyebilir. 5-Sosyal medyada analiz, ölçüm ve raporlama süreçlerini açıklayabilir.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	İletişim biçim ve araçlarının gelişimi; Sosyal medyanın doğuşu ve gelişimi				
2	Sosyal medyanın yapı taşları; İletişimin yeni yönü ve sosyal medya				
3	Sosyal medyanın yarattığı etkileri				
4	Sosyal medyada iletişim ve sosyal medya stratejisi				
5	Sosyal medya platformları ve kullanımı: Sosyal ağ siteleri				
6	Sosyal medya platformları ve kullanımı: Bloglar				
7	Sosyal medya platformları ve kullanımı: İçerik toplulukları				
8	ARA SINAV				
9	Sosyal medya platformları ve kullanımı: Sanal dünyalar				
10	Sosyal medya platformları ve kullanımı: İş birliğine dayalı yazarlık				
11	Sosyal medyada hakla ilişkiler				
12	Sosyal medyada hakla ilişkiler uygulamaları; Sosyal medya duyuruları, İtibar yönetimi, Kriz yönetimi				
13	Sosyal medyada ölçüm süreci				
14	Metrikler, temel performans göstergeleri ve yatırımın geri dönüşü hesaplamaları				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Dijital İletişim ve İçerik Yönetimi hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve Dijital mecralarda içerik yönetimi yapabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları Yazar: Ann Handley , C.C.Chapman Yayınevi: Mediacat Yayıncılık					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: Dijital İletişim ve İçerik Yönetimi																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklam ve Toplum		Bahar	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencilerin reklamcılıkla ilgili temel kavramları, mecraları, süreçleri, kurumları ve yeni eğilimleri tanıyarak bir reklam kampanyasını çeşitli basamaklarıyla rasyonel bir şekilde planlayabilme becerisini kazanmalarını sağlamaktır.				
Dersin İçeriği	Derste medya ve kültür çalışmaları ile medyanın ekonomi-politiği konusundaki çalışma ve tartışmalardan hareketle reklam ve tüketim ilişkisi ele alınacak, ilgili alanyazından hareketle medya, kültür ve popüler kültür gibi kavramlar çerçevesinde çağdaş trend ve tartışmalar ele alınacaktır.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1-Reklamcılık kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir 2-Reklam iletişimi sürecini ve bileşenlerini kavrar 3-Reklam yaratımı süreci hakkında teorik donanım kazanır 4-Reklamcılıktaki yeni eğilimlerin önemini farkında olur 5-Reklamcılıkla ilgili kurum ve kuruluşları tanıyabilme 6-Reklamcılıkla ilgili süreli ve süresiz yayınları takip etmeye isteklilik				
Haftalar	Konular				
1	Dersin Tanıtımı - Kapsamı- İletişim, pazarlama iletişimi ve reklama ilişkin temel kavramlar				
2	Reklamın Diğer Alanlarla İlişkisi				
3	Reklam Ortamları ve Özellikleri				
4	Açık hava Reklam Ortamları Transit Reklam Ortamları İnternet Satış Yeri Reklam Uygulamaları Sinema				
5	Reklamın İşleyiş Süreci ve Geleneksel Etki Modelleri				
6	Reklam Kampanyası Kavramı, Reklam Kampanyası Aşamaları				
7	Reklam Kampanyası Aşamaları				
8	ARA SINAV				
9	Reklam Etkinliğinin Ölçülmesi				
10	Reklamcılıkta Yeni Eğilimler				
11	Reklamcılıkta Yeni Eğilimler II				
12	Reklamcılıkla İlgili Kurumlar				
13	Reklamcılıkla İlgili Ulusal ve Uluslararası Sektörel Kuruluşlar				
14	Reklamda Etik ve Denetim				

<b>Genel Yeterlilikler</b>
Reklam ve Toplum hakkında temel bilgileri edinmiş olur ve Reklam ve Toplum etkileşimi hakkında yorumlamalar yapabilir.
<b>Kaynaklar</b>
Tuncer, E. S. Göstergebilim ve Reklam Çalışmaları, 2023. , Elden, M., Reklam ve Reklamcılık. Say Yayınları, 2009.,Tuncer, E. S. Reklam Göstergebilimi, Kriter Yayınları, 2021.
<b>Değerlendirme Sistemi</b>
<b>Ara sınav: % 40</b>
<b>Final: % 60</b>

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Reklam ve Toplum</b>																	
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve/veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklam Kuramları		Bahar	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu derste öğrencilere reklam kuramları ile ilgili temel bilgilerin aktarılması amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Ana eksenini reklam kuramlarının öğretilmesin oluşturduğu bu ders kapsamında öğrencilere, ikna ve propoganda ile tutum, algı ve davranış gibi kavramlar üzerinden reklamın nasıl çalıştığı; reklam psikolojisi, ikna edici mesaj ve stratejisi; reklamda çekicilik türleri gibi konular bilimsel kuram ve modeller bağlamında ele alınarak öğretilmektedir				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1-Kuram ve model kavramlarını ayırt edebilecektir. 2- İkna edici iletişim kuramlarını tartışabilecektir. 3- Reklam modellerini değerlendirebilecektir. 4- Reklam modelleri ve kuramlarını günümüz koşulları içinde güçlü ve zayıf yönleriyle değerlendirebilecektir				

Haftalar	Konular
1	İkna ve İknanın Temelleri
2	İkna ve Propaganda
3	Tutum Kavramı ve Tutum Yapılarının Oluşumu
4	Reklam Etkilerini Açıklayan İkna Modelleri
5	İkna Edici Mesaj Türleri
6	Reklam Nasıl Çalışır?
7	Reklamın Psikolojisi ve Mesaj Kabulü
8	ARA SINAV
9	Marka Stratejileri
10	Reklamda Yaratıcılık
11	Yaratıcı Düşünme Teknikleri
12	Reklamda Yaratıcı Stratejiler
13	Reklamda Çekicilik Türleri
14	Reklamda Tarz, Ton, Format
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Reklam Kuramları hakkında temel bilgileri edinmiş olur Reklam Stratejilerini Kavrar.	
<b>Kaynaklar</b>	
Kavram ve Kuramlarıyla Reklam Filiz Balta Peltekoğlu BETA BASIM YAYIM (2019).	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
Ara sınav: % 40 Final: % 60	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

Dersin Adı: Reklam Kuramları

PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar		Bahar	3+0	3	6
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					

<b>Dersi Verenler</b>	
<b>Dersin Yardımcıları</b>	
<b>Dersin Amacı</b>	Halkla ilişkiler ve iletişim alanındaki güncel kavram ve yöntemlerin aktarılması. Öğrencilerin yeni yaklaşımlara ilişkin bilgi ve donanımını artırarak mevcut trendleri ve tartışmaları nitelikli şekilde kavramaları amaçlanmaktadır.
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu derste öğrencilere, genelde iletişim, özelde ise halkla ilişkiler yönetiminde gerekli olan en yeni stratejiler ve eğilimler öğretilenlerdir. Ders sürdürülebilir gelişme için kurumsal düzeyde halkla ilişkiler, sponsorluk, ilişki yönetimi, viral pazarlama, ve halkla ilişkilerde mükemmellik yaklaşımı konularını kapsayacaktır.
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	1-Halkla ilişkiler literatürünü değerlendirilebilecek. 2-Halkla ilişkiler disiplinindeki modelleri ve yakın dönem tartışmaları analiz edebilecek. 3-Yeni yaklaşımlar bağlamında araştırma tasarımı yapabilecek. 4-Araştırma tasarımının toplumsal yapı ile ilişkisini kurabilecektir.
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Derse giriş ve dersin amacı
2	Halkla ilişkiler disiplinine yönelik Türkiye’de yayınlanan kitap ve makalelerin taranması
3	Halkla ilişkiler disiplinine yönelik Türkiye’de yayınlanan kitap ve makalelerin taranması
4	Halkla ilişkiler disiplinine yönelik dünyada yayınlanan kitap ve makalelerin taranması
5	Halkla ilişkiler disiplinine yönelik dünyada yayınlanan kitap ve makalelerin taranması
6	Halkla ilişkilerin tarihsel seyrine ve temel halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik bir tartışma
7	Halkla ilişkilerin tarihsel seyrine ve temel halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik bir tartışma
8	ARA SINAV
9	Halkla ilişkilere yönelik yeni kavramların ve yaklaşımların kuramsal bir bağlamda değerlendirilmesi
10	Halkla ilişkilere yönelik yeni kavramların ve yaklaşımların kuramsal bir bağlamda değerlendirilmesi
11	Araştırma konularının seçimi ve araştırmanın tasarlanması
12	Araştırmaların literatür ve yöntem bağlamında değerlendirilmesi
13	Araştırmaların literatür ve yöntem bağlamında değerlendirilmesi
14	Araştırmaların literatür ve yöntem bağlamında değerlendirilmesi
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar hakkında temel bilgileri edinmiş olur.	
<b>Kaynaklar</b>	
Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar. (Kolektif). Paradigma Akademi (2014)	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4



ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>			<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>				

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PC16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PC17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
SEMİNER		Bahar	0+0	0	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin iletişim araştırmalarında makale yazım sürecine yönelik bilgi sahibi olmasını sağlamak; öğrencilere içerik analizi tekniğinin hakkında teorik ve uygulama düzeyinde beceriler kazandırabilmektedir.				
Dersin İçeriği	Ders bilimsel bir makalenin yazım sürecine ışık tutmaktadır. Bu bağlamda öğrencilere süreç hakkında bir perspektif kazandırılmakta ve makalenin yapısal bileşenlerinin nasıl etkin bir şekilde inşa edilebileceği hususunda bilgi aktarılmaktadır. Ders, bir makalede etkin bir girişin nasıl yazılacağı, literatür Taramasının nasıl gerçekleştirileceği, ikna edici bir amaç ve şeffaf, etik ve bilimsel bir yöntemin nasıl yazılacağı hususunda bilgi aktarmaktadır. Bu süreci sonuçların raporlanması, tartışma ve sonucun nasıl yazılacağı hususundaki dersler takip etmektedir. Dersi alan öğrenciler ayrıca içerik analizi tekniğinin kullanımı hususunda bilgi sahibi olmaktadır.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Makale çalışmalarını yürüttükleri alanda ileri düzeyde bilgi ve birikim elde edecektir.</li><li>▪ Bağımsız olarak özgün bir araştırma problemi ortaya atabilecek ve bunun nasıl araştırılabileceğini belirleyebilecektir.</li><li>▪ Kendi seçtikleri bir alanda bağımsız araştırmalarını sürdürebilecek düzeye gelecektir.</li><li>▪ Bir araştırmayı ve araştırmanın sonuçlarını hem yazılı hem de sözlü olarak etkin bir biçimde aktarabilecektir</li><li>▪ Herhangi bir araştırma probleminin araştırılmasında kendi ölçme yöntemlerini geliştirmek için gereken çalışmaları yapabilecektir.</li></ul>				
Haftalar	Konular				
1	Bir makalenin temel başlıkları: Giriş, literatür taraması, amaç ve yöntem				
2	Bir makalenin temel başlıkları: Bulgular; tartışma, sonuç ve öneriler; özet				
3	Araştırma konusu belirlemek, giriş yazma ve literatür taraması gerçekleştirme stratejileri				
4	Amaç ve yöntem yazımı, bulguların raporlanması, tartışma ve sonuç yazımına yönelik detaylar				
5	Yeni medya araştırmalarında içerik analizi: Bir giriş ve örnek makale incelemeleri				
6	Yeni medya çalışmaları için içerik analizi: Veri toplamadan raporlamaya bir izlek				

7	Öğrenci araştırma konusu öneri sunumu
8	Öğrenci araştırma konusu öneri sunumu
9	Öğrenci araştırma konusu öneri sunumu
10	Öğrenci araştırma konusu öneri sunumu
11	Öğrenci tam makale sunumu
12	Öğrenci tam makale sunumu
13	Öğrenci tam makale sunumu
14	Öğrenci tam makale sunumu
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Öğrenci iletişim araştırmalarında makale yazım sürecine yönelik bilgi sahibi olur; içerik analizi tekniği hakkında teorik ve uygulama düzeyinde beceriler kazanır.	
<b>Kaynaklar</b>	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŐKİŐİ TABLOSU</b>																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
<b>ÖK1</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK2</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK3</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK4</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK5</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK6</b>	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																		
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>				<b>3: Orta</b>				<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

**Dersin Adı: SEMİNER**

PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözüme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
UZMANLIK ALAN DERSİ (BAHAR)		Bahar	4+0	4	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisansüstü				

<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu
<b>Dersin Koordinatörü</b>	
<b>Dersi Verenler</b>	
<b>Dersin Yardımcıları</b>	
<b>Dersin Amacı</b>	
<b>Dersin İçeriği</b>	Ders bilimsel bir tezin yazım sürecine ışık tutmaktadır. Bu bağlamda öğrencilere süreç hakkında bir perspektif kazandırılmakta ve makalenin yapısal
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Öğrenciler bireysel çalışma özellikleri kazanabilecektir.</li> <li>▪ Öğrenciler seçeceği bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olabilecektir.</li> <li>▪ Öğrenciler çalışmasını raporlayabilecektir.</li> <li>▪ Tez konusu hakkında temel birincil ve ikincil kaynakları kavrayabilme</li> <li>▪ Alanında daha önce yapılan çalışmalarını eleştirel ve karşılaştırmalı bir bakış açısıyla değerlendirebilme</li> </ul>
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Tez konusu araştırması
2	Tez konusu araştırması
3	Kaynak Araştırma
4	Kaynak Araştırma
5	İçindekiler kısmının hazırlanışı
6	İçindekiler kısmının hazırlanışı
7	Dipnotlar ve kaynakça
8	Araştırma önerisinin yazılması
9	Araştırma önerisinin yazılması
10	Araştırma tasarımı
11	Araştırma tasarımı
12	Araştırma tasarımı
13	Araştırma tasarımı
14	Araştırma tasarımı
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Öğrenci iletişim araştırmalarında makale yazım sürecine yönelik bilgi sahibi olur; içerik analizi tekniği hakkında teorik ve uygulama düzeyinde beceriler kazanır.	
<b>Kaynaklar</b>	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>				<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>			

#### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı: UZMANLIK ALAN DERSİ																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>TEZ ÇALIŞMASI (BAHAR)</b>		Güz/Bahar	0+0	0	24
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisansüstü				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı lisansüstü program boyunca öğrencilere verilen derslerde kazandırılan kuramsal ve uygulamalı bilgi ve beceriler kullanılarak, bir danışmanın takibinde öğrencinin bir araştırmayı, araştırma sorusunun ortaya konmasından veri toplama ve analizine kadar yürütüp bir tez halinde yazmasını ve sunmasını sağlamak ve bu süreçte bir lisansüstü uzman araştırmacı ya da uygulamacı olarak ihtiyaç duyacağı donanımı öğrenciye kazandırmaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders, bir araştırmanın bağımsız olarak baştan sona yürütülmesi ve buna dair becerilerin öğrenilmesini içermektedir. Buna göre, bir danışmanla beraber ilk önce bir araştırması sorusu belirlenmekte, bu soru üzerine literatür taraması yapılmakta, literatürde bu sorunun araştırılmasına ilişkin yöntemlerle beraber eksiklikler de dikkate alınarak özgün bir hipotez ve araştırma tasarımı kurulmaktadır. Daha sonra bu araştırma tasarımı çerçevesinde veri toplanmakta ve çalışmanın kuramsal temeli, yöntemi, sonuçları ve sonuçların değerlendirilmesini içeren bir tez yazılmaktadır.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tez çalışmalarını yürüttükleri alanda ileri düzeyde bilgi ve birikim elde edecektir.</li><li>▪ Bağımsız olarak özgün bir araştırma problemi ortaya atabilecek ve bunun nasıl araştırılabileceğini belirleyebilecektir.</li><li>▪ Kendi seçtikleri bir alanda bağımsız araştırmalarını sürdürebilecek düzeye gelecektir.</li><li>▪ Bir araştırmayı ve araştırmanın sonuçlarını hem yazılı hem de sözlü olarak etkin bir biçimde aktarabilecektir</li></ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Herhangi bir araştırma probleminin araştırılmasında kendi ölçme yöntemlerini geliştirmek için gereken çalışmaları yapabilecektir.</li> <li>▪ İncelediği araştırmaları eleştirel bir bakış açısıyla ele alabilecek, eksiklikleri ve eksiklikleri düzeltmek için yapılabilecekleri görebilecektir.</li> <li>▪ Belirli bir bilimsel problem konusunda farklı kuramsal açıklama çerçevelerinin bakış açısını analiz edebilecek, kavrayabilecek ve farklı çerçeveleri entegre edebilecek beceriyi kazanacaktır.</li> </ul>
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>
1	Danışman ile görüşme
2	Bağımsız çalışma
3	Bağımsız çalışma
4	Danışman ile görüşme
5	Bağımsız çalışma
6	Bağımsız çalışma
7	Bağımsız çalışma
8	Danışman ile görüşme
9	Bağımsız çalışma
10	Bağımsız çalışma
11	Bağımsız çalışma
12	Danışman ile görüşme
13	Danışman ile görüşme
14	Dönemin gözden geçirilmesi
<b>Genel Yeterlilikler</b>	
Tez çalışmalarını yürüttükleri alanda ileri düzeyde bilgi ve birikim elde edecektir	
<b>Kaynaklar</b>	
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	
<b>Ara sınav: % 40</b>	
<b>Final: % 60</b>	

<b>PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU</b>																	
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17



ÖK1	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK2	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
ÖK6	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>																	
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1: Çok Düşük</b>					<b>2: Düşük</b>			<b>3: Orta</b>			<b>4: Yüksek</b>			<b>5: Çok Yüksek</b>		

### Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

<b>Dersin Adı: TEZ ÇALIŞMASI</b>																
PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4

PÇ1. Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak Medya ve İletişim alanındaki kuramsal ve uygulamaları bilgileri araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirebilme, derinleştirme ve özgün düşünce üretme bilgisine sahiptir.

PÇ2. Medya ve İletişim alanıyla ilgili çeşitli disiplinlerarasında ilişkiler kurma; analiz sentez ve değerlendirmede gerekli uzmanlık bilgisine sahiptir.

PÇ3. Medya ve İletişim alanındaki yeni bilgilere ve kavramlara sistematik biçimde yaklaşabilmek, ileri düzey araştırma yapma becerisine sahiptir.

PÇ4. Bilime yenilik getirebilme, yeni bir bilimsel yöntem ve-veya uygulama geliştirebilme ya da bilinen bir düşünce ya da yöntemi farklı bir alana uygulama gibi özgün bir araştırmayı tasarlar ve sonuçlandırır.

PÇ5. Akademik ve mesleki bağlamda teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunur.

PÇ6. Yeni fikirlerin, güncel eğilimlerin analizini, sentezini ve değerlendirmesini yapar.

PÇ7. Bilime katkı sağlayan bir düşünce, yöntem, tasarım ve-veya uygulamayı özgün bir çalışma olarak üstlenir.

PÇ8. Bilimsel çalışmalarda bağımsız ve ekip üyesi olarak çalışır ve yönlendirici rol üstlenir.

PÇ9. Medya ve İletişim alanıyla ilgili bir bilimsel çalışmayı, ulusal ve/veya uluslararası hakemli dergilerde yayımlayarak ve/veya sempozyum/konferans/çalıştaylarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletir.

PÇ10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili düşünce ve yöntemler geliştirir, öğrenme gereksinimlerini yönetir.

PÇ11. Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini savunur ve alanındaki yetkinliğini gösteren etkili bir iletişim kurar.

PÇ12. En az bir yabancı dilde, ileri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim kurabilir ve tartışabilir.

PÇ13. Ulusal ve uluslararası çalışmalarda kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak iletişim kurar.

PÇ14. Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısıyla inceler, geliştirir ve yönlendirir.

PÇ15. Alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak, ilgili çevrelerle işlevsel etkileşim kurar.

PÇ16. Medya ve İletişim alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel ve etik konularda çözüm üretir ve bu konudaki değerlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini destekler.

PÇ17. Yeni İletişim ve Medya Araçlarının manipülatif, enformatik ve gerçeklik boyutlarıyla yüzleşip bu aygıtlarla ilgili okur-yazarlık geliştirir.