



EASTERN MEDITERRANEAN UNIVERSITY
University Curriculum Committee

(Latest update:20/6/2007 4:05 PM)

Program Title	PUBLIC RELATIONS & ADVERTISING		Program code	83
Faculty / School	COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	Department	PUBLIC RELATIONS & ADVERTISING	

Level	<input type="checkbox"/> 2-Year Associate	<input type="checkbox"/> 3-Year Assoc.	<input checked="" type="checkbox"/> Bachelor	<input type="checkbox"/> Master (No Thesis)	<input type="checkbox"/> Master (Thesis)	<input type="checkbox"/> PhD
-------	---	--	--	---	--	------------------------------

Catalog Information

Program Description
<p>The PRA Program offers students the theoretical foundations and professional skill sets to work in either the Public Relations industry or the advertising system. We aim to produce open-minded, creative problem-solvers who can take advantage of a holistic, academically-informed view of their discipline. The program emphasizes both the creative and strategic streams within the area, so students will have intensive training in copywriting and campaign design elements as well as planning and research aspects. In their junior year students choose between following an advertising or PR elective track which gives them the opportunity to delve deeper into their chosen specialism while core departmental courses continue across both areas. PRA department graduates are ideally suited to pursue further academic studies in marketing, advertising, communication theory, public relations and rhetoric as well as being perfect candidates for work in the related private and governmental sectors (within the fields of press relations, NGOs, customer service, management, marketing, corporate communication, consulting, etc.). Students have many opportunities for campaign creation during their 4 years in the program, both within their courses and as part of departmental extra-curricular activities (competitions, workshops, etc.). Students are encouraged to take advantage of the department's industry contacts to arrange internship positions during their summer vacations.</p>

Full Curriculum
<p>UC = University Core (like critical thinking, History etc.); UC-M = University core in Mathematics; UC-PN = University Core in Physical/Natural Sciences; UC – AH = University Core in Arts and Humanities; UC-SB = University core in Social and Behavioral Sciences; UE-M = University Elective in Mathematics; UE-PN = University Elective in Physical/Natural Sciences; UE-MPN = University elective in Math or Physical / Natural Sciences; UE – AH = University Elective in Arts and Humanities; UE-SB = University Elective in Social and Behavioral Sciences; FC = Faculty Core; AC = Area Core; AE = Area Elective;</p>

Semester	Ref Code	Course Code	Full Course Title	Course Category	Credit				Prerequisites	Co-requisites
					Lec	Lab	Tut	Tot		
1	83111	COMM103	Media Literacy	FC	3	0	0	3		
1	83112	COMM122	Sociology of Communication	UC-SB	3	0	0	3		
1	83113	COMP101	Computer Literacy	UC	2	2	0	3		
1	83114	ENGL191	Communication in English-I	UC	3	0	1	3		
1	83115	TURK100/199	Communication in Turkish	UC	3	0	0	3		
1	83116	GEED111	General Survey of Knowledge-I	UC	3	0	0	3		
1	83117	GEED101	SPIKE-I (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
2	83121	COMM101	Introduction to Communication Studies	FC	3	0	0	3		
2	83122	MATH169	Mathematics for Public Relations and Advertising	UC-M	3	0	0	3		
2	83123		University Elective-Physical/Natural Sciences	UE-PN	3	0	0	3		
2	83124	ENGL192	Communication in English-II	UC	3	0	1	3		
2	83125	GEED112	General Survey of Knowledge -II	UC	3	0	0	3		
2	83126	GEED102	SPIKE-II (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
3	83131	COMM205	Theories of Mass Communication	FC	3	0	0	3		

3	83132	PRAD205	Introduction to Public Relations	AC	3	0	0	3		
3	83133	PRAD299	Introduction to Advertising	AC	3	0	0	3		
3	83134	MRKT201	Introduction to Marketing	UC-SB	3	0	0	3		
3	83135	MATH233	Statistics for Communication and Media Studies	UC-M	3	0	0	3		
3	83136	GEED201	SPIKE-III (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
4	83141	PRAD202	Integrated Marketing Communication	AC	3	0	0	3		
4	83142	PRAD206	Approaches to Influence and Persuasion	AC	3	0	0	3		
4	83143	ECON222	Economics	UC-SB	3	0	0	3		
4	83144	COM135	Social Psychology for Public Relations and Advertising	UC-SB	3	0	0	3		
4	83145	RTVF251	Fundamentals of Television Production	UC-AH	3	0	0	3		
4	83146	GEED202	SPIKE-IV (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
5	83151	COMM301	Cultural Studies	FC	3	0	0	3		
5	83152	PRAD301	Persuasive Writing for Public Relations and Advertising	AC	3	0	0	3		
5	83153		University Elective-Arts and Humanities	UE-AH	3	0	0	3		
5	81154		University Elective-Arts and Humanities	UE-AH	3	0	0	3		
5	83155		Area Elective	AE	3	0	0	3		
5	83156	GEED301	SPIKE-V (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
6	83161	PRAD302	Research Methods for Integrated Marketing Communication	AC	3	0	0	3		
6	83162	PRAD304	Public Relations and Society	AC	3	0	0	3		
6	83163	PRAD306	Legal and Ethical Issues in Public Relations and Advertising	AC	3	0	0	3		
6	83164		Area Elective	AE	3	0	0	3		
6	83165		Area Elective	AE	3	0	0	3		
6	83166	GEED302	SPIKE-VI (Sociocult. Professional, Industr. Knowledge & Experience)	UC	0	0	0	0		
7	83171	COMM404	New Communication Paradigms	FC	3	0	0	3		
7	83172	PRAD401	Advertising and Society	AC	3	0	0	3		
7	83173	PRAD403	New Communication Technologies in Public Relations and Advertising	AC	3	0	0	3		
7	83174		Area Elective	AE	3	0	0	3		
7	83175		Area Elective	AE	3	0	0	3		
8	83181	PRAD402	Presentation Skills for Public Relations and Advertising	AC	2	2	0	3		
8	83182	PRAD404	Senior Project	AC	2	2	0	3	PRAD425 or PRAD415	
8	83183		Area Elective	AE	3	0	0	3		
8	83184		Area Elective	AE	3	0	0	3		
8	83185		Area Elective	AE	3	0	0	3		
8	83186	HIST200/299	History of Turkish Reforms	UC	2	0	0	2		

Course Descriptions – I - English: All compulsory courses offered by the department of the program

1.	<p>PRAD205 Introduction to Public Relations</p> <p>This course offers an overview of the field of public relations, the development and maintenance of good relationships with multiple publics, or stakeholders. The course addresses such areas as: the understanding and measurement of 'public opinion', product PR and corporate PR, the PR mix, PR communication models, press relations and integrity, professional standards.</p>
----	--

	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Introduction to PR</i></p> <p><i>Keywords: society, influence,</i></p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
2.	<p>PRAD299 Introduction to Advertising</p> <p>This course offers an overview of the advertising system. Students are introduced to the place of advertising in the marketing mix, the traditional business model of above-the-line advertising, different types of advertising, issues regarding media use and the basics of account planning. The course will include analysis of existing advertising campaigns and a discussion of advertising effectiveness.</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Introduction to Advertising</i></p> <p><i>Keywords: commercial, communication, message</i></p>		
3.	<p>PRAD202 Integrated Marketing Communication</p> <p>This course introduces students to the process of integrating marketing communications for a concerted, more effective campaign. Instead of dividing up the various elements of marketing communication into their own little fiefdoms, Integrated Marketing Communication seeks to strategically blend them together into a mutually supporting synergy of message streams and communication lines that presents a unified voice to the customer. The course uses case studies to illustrate the strength of this approach and familiarize students with the basic techniques and guidelines.</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Integrated Marketing Com</i></p> <p><i>Keywords: consistent persuasive message, strategy</i></p>		
4.	<p>PRAD206 Approaches to Influence and Persuasion</p> <p>Students are introduced to issues surrounding the conscious attempt to influence and persuade people. Various different techniques and perspectives are discussed, from the place of influence and persuasion in advertising, political debate and therapy through to the transmission of cultural paradigms, the use of 'brainwashing' and the "manipulation" and the place that persuasion has in interpersonal relationships.</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: App to Influence & Persuasion</i></p> <p><i>Keywords: strategic communication, opinion, change</i></p>		
5.	<p>PRAD301 Persuasive Writing for Public Relations and Advertising</p> <p>This course seeks to give students a foundation in the art of persuasive writing through a thorough study of the traditional techniques of classical rhetoric as they may be applied to modern English usage. The course is highly practical and eschews excessive historical background for a concentration on technique. Students will examine examples of successful persuasive writing from the areas of politics, religion, social reform, advertising and public relations, analyse them for their use of persuasive techniques and then engage in the creation of their own written pieces modeled on these examples</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Persuasive Writing for PRA</i></p> <p><i>Keywords: development of a message, public speech, impact</i></p>		
6.	<p>PRAD302 Research Methods for Integrated Marketing Communication</p> <p>Students are introduced to the power of information in the reduction of risk and increase of power in the marketing communication process. Common research methods employed across the IMC framework are examined and practiced. Students focus on the differences between quantitative and qualitative approaches and examine both primary and secondary data in a number of case studies. Topics include: focus groups and concept testing, test marketing, simulations, retail audits, tracking studies, the market research process and integrating results for IMC campaigns.</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Res Methods for IMC</i></p> <p><i>Keywords: measurement, effectiveness</i></p>		
7.	<p>PRAD304 Public Relations and Society</p> <p>This course investigates the roots of Public Relations in the social theories of European thinkers such as Gustave Le Bon and the way in which these theories were enthusiastically applied by the early pioneers of PR -- Walter Lippmann, Ivy Lee and Theodore Vail. The early link between PR professionals and political interests is examined and helps students to place into context the modern responsibilities of PR professionals. The cultural, economic and political forces that have led to the recent growth in the importance of Marketing Public Relations are also addressed.</p>	<p><i>Prerequisites: None</i></p> <p><i>Category: Area Core Course</i></p>	<p><i>Co-requisites: None</i></p> <p><i>Teaching Language: English</i></p>
	<p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i></p> <p><i>Abbreviated Title: Public Relations & Society</i></p> <p><i>Keywords: social theories, influence</i></p>		
8.	<p>PRAD306 Legal and Ethical Issues in Public Relations and Advertising</p> <p>The aim of the course is to familiarize the student with international and local legislative regulations concerning the practice of Public Relations and Advertising as well as the broader realm of ethical issues in these fields. The various codes of professional conduct related to these two professions will be examined and a large focus of the course will be on case studies designed to develop the student's</p>		

	<p>competence in ethical reasoning.</p> <p><i>Credits: (3/0/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Legal & Ethical Iss in PRA</i> <i>Category: Area Core Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: responsibility, moral values, law</i></p>
9.	<p>PRAD401 Advertising and Society</p> <p>This course examines the many ways in which advertising messages and the advertising system interact with larger societal and cultural systems. Students investigate the social role of advertising, its historical development as an expression of political, economic and cultural forces and its own place in influencing those forces. Advertising's core position as both a target and a resource for the anti- or alternative globalisation movement is analysed and students are encouraged to discover their own arguments and reasonings for their intellectual relationship with the subject.</p> <p><i>Credits: (3/0/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Advertising & Society</i> <i>Category: Area Core Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: multinational trade, impact</i></p>
10.	<p>PRAD403 New Communication Technologies in Public Relations and Advertising</p> <p>The aim of this course is to introduce students to the latest ways in which new communication technologies are being implemented in Public Relations and Advertising campaigns to increase reach, message smoothness, message appropriateness and the development of the customer relationship. Obviously, much attention will be paid to current Internet technologies and their place in the development of marketing communication strategies but the course will also cover wireless technologies, podcasting, the use of console and PC game environments and interactive entertainment.</p> <p><i>Credits: (3/0/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: New Com Techonologies in PRA</i> <i>Category: Area Core Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: media characteristics, interactive</i></p>
11.	<p>PRAD402 Presentation Skills for Public Relations and Advertising</p> <p>This course uses an interpersonal communication skills perspective to introduce students to the often daunting task of presenting big ideas to big clients (or stakeholders). As well as the development of practical skills in voice production, rapport building and A/V use, the course will also cover the succinct expression of argument forms in speech and a measure of forensics. Students are required to practice these skills in a number of mock presentations, press conferences and debates.</p> <p><i>Credits: (2/2/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Presentation Skills for PRA</i> <i>Category: Area Core Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: rhetoric, effective</i></p>
12.	<p>PRAD404 Senior Project</p> <p>Under the supervision of the instructor, students will learn how to plan, prepare and produce a project that reflects their ability to synthesise the knowledge they have gained during their area elective focus on either advertising or PR. The instructor, through a mixture of lecture and lab. hours, will address problems and issues commonly experienced by students engaged in this process and will underline the details of strategic planning and creative work that typify each specialism.</p> <p><i>Credits: (2/2/0)3</i> <i>Prerequisites: PRAD425 or PRAD415</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title:Senior Project</i> <i>Category: Area Core Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: campaign, implementation</i></p>
Course Descriptions – I - English: All elective courses offered by the department of the program	
1.	<p>PRAD312 Advertising Strategy</p> <p>This course focuses on what happens after an agency has researched the 'situation' and clarified their objectives. Topics include: positioning, objectives, target audiences, identifying key benefits, secondary benefits and narrowing the choice of media. Campaign strategy forms the foundations for more detailed work in the creative and media planning areas.</p> <p><i>Credits: (3/0/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Advertising Strategy</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: tactical decisions, executions</i></p>
2.	<p>PRAD314 Design and Layout for Advertising</p> <p>This course introduces students to the basic rules and techniques of design for advertising layout. Not simply a computer-orientated class, students are instructed in design fundamentals such as the use of colour, composition and line and the way these basic components can be effectively used in the layout of print advertising. The course goes on to deal with the design relationship between image and copy and the use of logotype and typography.</p> <p><i>Credits: (1/4/0)3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Design & Layout for Adv</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: creativity, impact, message</i></p>
3.	<p>PRAD316 Media Planning</p> <p>Students are introduced to the crucial area of media planning and media strategy and are encouraged to understand the area from both quantitative and qualitative perspectives. Students are taken through the traditional stages of the media planning process: media brief,</p>

	media selection, vehicle selection, schedule proposals, the buy, the roll out and the various tracking options. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Media Planning</i> <i>Keywords: appropriate channel, effective encoding</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
4.	PRAD413 Copywriting for Advertising This course focuses on writing persuasive selling copy and as such is concerned with the clear, articulate illustration of features and benefits. Traditional ways in which advertising copy has attracted attention, steered readers through page layouts and kept them reading while at the same time producing desire and conviction for the product are all examined through careful analysis of successful advertising copy from the last 60 years. The course is highly practical and relies on a large volume of written work being produced by the student that can then be tested and critiqued in class. <i>Credits: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Copywriting for Advertising</i> <i>Keywords: rhetoric, influence</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
5.	PRAD415 Advertising Campaign Design This course is a workshop course, with some supplementary lectures, designed to immerse students in the campaign design process. Students experience both individual and group work scenarios and are put through a series of mock campaign situations. The course seeks to marry the creative and planning/strategic streams of the advertising system and familiarises students with the realities of commercial work in the area. <i>Credits: (1 / 4 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Advertising Campaign Design</i> <i>Keywords: persuasion, implementation</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
6.	PRAD412 Creative Advertising This course introduces students to the basic techniques that advertising professionals (amongst many others) use for producing creative ideas that sell. Different forms of solo and group brainstorming activities are investigated along with some tried-and-tested collections of creative strategies from the contemporary advertising world. One of the principle aims of the course is to free students from their fear of the creative process. <i>Credits: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Creative Advertising</i> <i>Keywords: attention taking, unique, planning</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
7.	PRAD414 Consumer Behaviour for Advertising In many ways the first step in formulating an effective advertising strategy is to have a deep and effective knowledge of the target audience. The study of consumer behaviour (and 'buying behaviour') is the key means by which we arrive at that knowledge. Students are introduced to current models of consumer behaviour, and cover response hierarchy models, black-box models, personal-variable models and the complex models of the cognitive schools. The emphasis is always on the practical applications of these models and so a variety of case studies are examined. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Consumer Behaviour for Adv</i> <i>Keywords:</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
8.	PRAD416 Current Issues in Advertising Theory This course is an opportunity for students to examine the latest trends and issues in advertising and as such can never have a set course description. Current issues that might be included would be: the emergence of the Madison & Vine focus, the influence of permission marketing on advertising, the use of virtual spaces (such as video game simulations) for the transmission of advertising messages and the growth (or non-growth) of viral marketing theories. Due to its very nature course material will consist of the latest articles from (amongst others) <i>The Journal of Advertising</i> , <i>The Journal of Advertising Research</i> , <i>Marketing Theory</i> , <i>Journal of Consumer Behaviour</i> and the daily updates of <i>Advertising Age</i> . <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Current Iss in Adv Theory</i> <i>Keywords: contemporary, interactive media</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
9.	PRAD323 Event Management This course is designed to impart to the student strategic management skills that are necessary for successful staging and management of events in different organizational settings. At the end of the course, each student should have learned to appreciate both the importance of events in the different sectors of economy and organizational life, and acquire practical skills which would enable him or her to conceive suitable event ideas, plan for, and successfully manage a variety of events in contemporary organizational environments. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Event Management</i> <i>Keywords: organization, communication</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Area Elective Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
10.	PRAD324 Reputation Management In this course students will investigate how integrity and reputation are an organization's greatest assets. Organizations must operate in a		

	<p>way that clearly shows their sense of corporate responsibility and their strong commitment to the communities in which they operate. They must also plan to ensure that they are well prepared for any unforeseen events that may affect their organization's public image. They must prevent problems in their organizations from escalating into major crises which can hinder their survival. Students will examine how media relations, crisis communication, crisis management, community relations can all be developed in order to ensure that organizations can stand out in the consumer mind as ones that contribute to the common good as well as ensuring that they can forge ahead in the face of any potentially damaging events or publicity.</p> <p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Reputation Management</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: information, image, threats</i></p>
11.	<p>PRAD326 Copywriting for Public Relations</p> <p>In this course students concentrate on the production of writing that is concerned with the effective presentation of client interests, the creation of interesting press releases that are attractive to editors and the clear explanation of processes to the various stakeholders in relationship to a client. Course goals are grouped around the production of English copy that exemplifies clarity, simplicity and urgency. Students will also analyse contemporary PR material including company reports, press releases and EMU's mission statement in order to inculcate a sense of industry standard usage and critique underlying motivations and strategies.</p> <p><i>Credits: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Copywriting for PR</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: stakeholders, messages</i></p>
12.	<p>PRAD423 Public Relations for NGOs</p> <p>This course is designed to study the public relations needs and uses of non-governmental organizations, as well as to cultivate in the student skills that are needed to undertake public relations work for the significant NGO or non-profit sector. The kinds of organizations to be studied shall include, without being limited to membership organizations, educational institutions, healthcare institutions, community organizations, environmental NGO's. It shall also involve examination and application of public relations principles in the non-profit sector in the context of ongoing globalization trends and advances in communication technology/ies in the world.</p> <p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Public Relations for NGOs</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: associations, sensitive</i></p>
13.	<p>PRAD425 PR Campaign Design</p> <p>This course is a workshop course, with some supplementary lectures, designed to immerse students in the campaign design process. Students experience both individual and group work scenarios and are put through a series of mock campaign situations. The course seeks to marry the creative and planning/strategic streams of the public relations system and familiarises students with the realities of commercial work in the area.</p> <p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: PR Campaign Design</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: simulation, media</i></p>
14.	<p>PRAD422 Marketing Public Relations</p> <p>This course focuses on the growing field of Marketing Public Relations, where PR tactics are used in combinatin with, or as substitutes for , tradional advertising methods in order to help persuade prospective customers to purchase products or services. Students are introduced to the basic tecghniques of MPR, investigate how MPR fits within a larger Integrated Marketing Communications mix and are asked to undertake the design of a simulated MPR campaign in small groups.</p> <p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Marketing Public Relations</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: combination, strategy</i></p>
15.	<p>PRAD424 Current Issues in Public Relations</p> <p>In this cours students will examine the latest trends in the PR field through a survey of the most important contemporary academic and professional writing on the subject. Logically, the course content cannot remain fixed, however, current issues that might be raised are: studies of believability and trustworthiness of news media and PR placements in the press, the relationship between advertising communication models and PR communication models, 'presidential studies' and the political PR process, new theories of rhetoric and their use in political crisis management.</p> <p><i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Prerequisites: None</i> <i>Co-requisites: None</i> <i>Abbreviated Title: Current Issues in PR</i> <i>Category: Area Elective Course</i> <i>Teaching Language: English</i> <i>Keywords: present, theories</i></p>
16.	<p>PRAD426 Crisis Management</p> <p>This course examines the increasingly important issue of crisis management within organizations. Students will investigate how more far-reaching media coverage of events in the corporate world, the growing belief in the requirement of corporate social responsibility, and increasing consumer choice create a more pressing need for organizations to respond carefully and swiftly to each and every crisis situation which affects their organizations' operations whether the crisis originates within the organization or from external forces. Strategies for coping with crises, including the initial response and the decision relating to whether, and how much, responsibility is to be accepted by the organization, how the crisis and the organization's handling of it are to be planned and implemented, will be examined.</p>

Credits: (3 / 0 / 0) 3	Prerequisites: None	Co-requisites: None
Abbreviated Title: Crisis Management	Category: Area Elective Course	Teaching Language: English
Keywords: problem, solution, image		

Course Descriptions – II – English : All compulsory courses offered by other academic units

1.	<p>COMM101 Introduction to Communication Studies</p> <p>This course introduces its students to the field of communication and media studies. In addition to providing the students with the necessary knowledge and skills to understand and analyze interpersonal, intercultural, mass and computer-mediated communications, the course aims to equip the students equip them with the tools needed to open up the contemporary wisdom of the communication field to critical scrutiny. With the acquisition of study skills to grasp the meaning of communicated messages in their wider social, political and historical contexts, and by dealing with the debates concerning the different conceptualizations and practices of communication from issues related with language, discourse and representation to existing institutions and regulations of telecommunication, the students can expect to cultivate an ethical sense of responsibility concerning their communicative actions.</p> <p>Credits: (3 / 0 / 0) 3 Prerequisites: None Co-requisites: None Abbreviated Title: Int to Communication Studies Category: Faculty Core Course Teaching Language: English Keywords: radio, television, newspapers, ethics Department offering the course: FCMS</p>
2.	<p>COMM103 Media Literacy</p> <p>This course provides a broad framework for the development of a critical appreciation of the media that is essential both for the development of an informed citizenry and for those whose goal is to express themselves through the communication arts media. Participants will consider the importance of media literacy to democracy through a broad range of issues that may include ownership and control, regulation and policy, production and circulation, construction and interpretation of signs, power, gender and media, children and advertising, censorship, racism, and stereotyping. The emphasis is on developing the capacity to carefully evaluate media forms and content, develop a language of media critique, and appreciate the role that media play in partially constructing our sense of social reality.</p> <p>Credits: (3 / 0 / 0) 3 Prerequisites: None Co-requisites: None Abbreviated Title: Media Literacy Category: Faculty Core Course Teaching Language: English Keywords: criticism, education, pedagogy, citizenship Department offering the course:FCMS</p>
3.	<p>COMM205 Theories of Mass Communication</p> <p>This course offers an overview of historical and contemporary theories of mass communication. It is concerned with illustrating how different theoretical traditions affect the types of questions asked about the communication process, the knowledge produced from engaging with those questions and the way we perceive the relationship between communication, media and society.</p> <p>Credits: (3 / 0 / 0) 3 Prerequisites: None Co-requisites: None Abbreviated Title: Theories of Mass Communication Category: Faculty Core Course Teaching Language: English Keywords: effects, content, critical, feminist, gender, postructural, postcolonial Department offering the course:FCMS</p>
4.	<p>COMM301 Cultural Studies</p> <p>This course introduces cultural studies as a critical, transdisciplinary, and international approach to communication studies pointing out that the making of culture is always mediated through communication. The course introduces the notion of culture not in the narrow sense as referring to the objects of aesthetic excellence ("high art"), but as the texts and practices of everyday life where such divisions are established and contested. The emphasis is on analyzing how culture is made by peoples (1) who are increasingly interconnected as well as distinguished by global webs and flows of communication, (2) who use the repertoire of commodities supplied by the culture industries (film, television, music, publishing, advertising, architecture, etc.) in their making of culture, and (3) to what extent the particular examples of such "making" are supportive or subversive of dominant understandings of the world.</p> <p>Credits: (3 / 0 / 0) 3 Prerequisites: None Co-requisites: None Abbreviated Title: Cultural Studies Category: Faculty Core Course Teaching Language: English Keywords: identity, representation, discourse Department offering the course:FCMS</p>
5.	<p>COMM404 New Communication Paradigms</p> <p>This course deals with significant and contemporary theoretical developments that have recast many of our received conceptions of communication and the media in a new light by both highlighting their inadequacies and shortcomings, and opening the way to a theoretically more sophisticated and practically more relevant understanding. Poststructuralist, postmodern and postcolonial theories together with gender, ethnic and queer perspectives, as well as contemporary theorizations of ethics are discussed concerning self-other, gender, sexual, inter-national, global relations and communications. The convergence of contemporary critical theory and technology in the make-up of the Internet and the World Wide Web and the promised potential for democracy of the Internet are also discussed.</p> <p>Credits: (3 / 0 / 0) 3 Prerequisites: None Co-requisites: None Abbreviated Title: New Communication Paradigms Category: Faculty Core Course Teaching Language: English Keywords: ethnicity, identity, the other, criticism</p>

	<i>Department offering the course:FCMS</i>		
6.	GEED111 General Survey of Knowledge-I <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: General Survey of Knowledge-I</i> <i>Keywords: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Department offering the course:GE</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
7.	GEED112 General Survey of Knowledge -II <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: General Survey of Knowledge-II</i> <i>Keywords: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Department offering the course:GE</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
8.	ENGL191 Communication in English-I <i>Credits: (3 / 0 / 1) 3</i> <i>Abbreviated Title: Communication in English-I</i> <i>Keywords: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Department offering the course:</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
9.	ENGL192 Communication in English-II <i>Credits: (3 / 0 / 1) 3</i> <i>Abbreviated Title: Communication in English-II</i> <i>Keywords: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Department offering the course:</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: English</i>
10.	TURK100/199 Communication in Turkish This is a basic Turkish course introducing the Turkish language. It incorporates all four language skills and provides an introduction to basic grammar structures. Students will be encouraged to develop their writing skills through a variety of tasks. The aim of this course is for students to be able to understand and communicate in everyday situations, both in the classroom and in a Turkish-speaking environment. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: XXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Keywords: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Department offering the course:</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core Course</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching Language: Turkish</i>
11.	MATH169 Mathematics for Public Relations and Advertising Mathematical logic. Review of basic mathematical concepts. Sets, set operations. Real numbers and their properties, operations with real numbers, ratios proportions and percentages. Exponents and radicals. Operations with algebraic expressions, factorials, summation notation. Linear and quadratic equations. The rectangular coordinate system, linear and quadratic functions, their graphs and applications of linear equations. Some basic geometric shapes, areas and volumes. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Mathematics for PRA</i> <i>Key words: Set, real number, ratio, algebraic expression, equations, functions, graphs, geometric shapes.</i> <i>Department offering the course: Applied Mathematics and Computer Science</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: University Core-M</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching language: English</i>
12.	MATH233 Statistics for Communication and Media Studies This course is a general introduction and interpretation of statistical information. Particular emphasize will be placed on applications and examples from the social sciences (particularly sociology, consumer psychology etc.) Topics covered include:population and sample concepts. Data collection, sampling techniques; random, systematic, stratified, cluster and quota sampling. Design of survey questionnaire. Data analysis, graphical methods and grouping data, statistical methods. Central tendency measuring tools; variance and standard deviation. Concepts of probability distribution, the Binomial, Normal, and t distributions. Introduction to sampling distribution. Hypothesis testing, Type I and type II errors in hypothesis testing, one and two tailed tests. Use of SPSS throughout the semester for application purpose. <i>Credits: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Abbreviated Title: Statistics for Com & Media St</i>	<i>Prerequisites: None</i> <i>Category: Univeristy Core-M</i>	<i>Co-requisites: None</i> <i>Teaching language: English</i>

	<p>Bu derste öğrencilere insanları etkileme ve ikna etmeye yönelik bilinçli çabaya ilişkin sorunlar tanıtılarak etkileme ve iknanın reklamcılık, siyasal tartışma ve terapidaki öneminden çeşitli kültürel paradigmaların aktarımına, "manipulasyon" ve "beyin yıkama" ile iknanın kişilerarası ilişkilerdeki yerine kadar değişik teknikler ve perspektifler tartışılmaktadır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Etkileme ve İknada Yaklaşımlar</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: kanaat, değişim, stratejik iletişim</i></p>
5.	<p>PRAD301 Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta İkna Edici Yazım</p> <p>Bu ders çağdaş İngilizce'ye uyarlanabildiği ölçüde klasik retorik tekniklerini ayrıntılı olarak inceleyerek öğrencilere ikna edici yazım sanatının temel becerilerin kazandırmayı amaçlar. Uygulama ağırlıklı olan bu derste tarihsel gelişimin ayrıntılarından çok teknikler üzerinde durulmaktadır. Öğrenciler siyaset, din, toplumsal reform, reklam ve halkla ilişkiler alanlarındaki başarılı ikna edici yazım örneklerini inceleyecek, ikna tekniklerinin bu alanlardaki kullanılış biçimlerini çözümlenecek ve bu örneklerle dayanarak kendi yazılı ürünlerini yaratmaya çalışacaklardır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Hİ ve Rek İkna Edici Yazım</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: ileti geliştirme, retorik, etki</i></p>
6.	<p>PRAD302 Bütünleşik Pazarlama İletişimi İçin Araştırma Yöntemleri</p> <p>Bu derste öğrencilere pazarlama iletişimi sürecinde riskin azaltılması ve etkinliğin artırılmasında bilginin gücü öğretmekte, BPI çerçevesinde kullanılan yaygın araştırma yöntemleri incelenip uygulanmaktadır. Ders çerçevesinde öğrenciler niceliksel ve niteliksel yaklaşımlar arasındaki ayrımlara odaklanarak, çeşitli örnek olaylar üzerine tartışarak birincil ve ikincil verilerin nasıl kullanıldığını öğreneceklerdir. Dersin konuları arasında odak grupları ve kavram sınama, test pazarlaması, simülasyon, satış kuralları etkinlik ölçümü, mesaj takibi, dökümleri, pazar araştırması süreci ve BPI kampanya sonuçlarının birleştirilmesi, yer almaktadır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Btnlşk Pazar İlet Arşt Yön</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: ölçüm, etkinlik</i></p>
7.	<p>PRAD304 Halkla İlişkiler ve Toplum</p> <p>Bu derste Halkla İlişkiler'in Gustave Le Bon gibi Avrupalı düşünürlerin toplum kuramlarına dayanan kökleri ve bu kuramların Halkla İlişkiler dalının Walter Lippmann, Ivy Lee ve Theodore Vail gibi öncülerince nasıl uygulandığı incelenmektedir. Halkla İlişkiler uzmanları ile siyasal çıkarlar arasındaki ilk bağlar incelenmekte ve öğrencilerin Halkla İlişkiler uzmanlarının günümüzdeki sorumluluklarını bağlamına yerleştirmesi sağlanmaktadır. Ayrıca son yıllarda Pazarlama Halkla İlişkilerinin önem kazanmasında rol oynayan kültürel, ekonomik ve siyasal etkenler ele alınmaktadır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Hİ ve Toplum</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: toplum kuramları, etki</i></p>
8.	<p>PRAD306 Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Hukuksal ve Etik Sorunlar</p> <p>Dersin amacı öğrencilere gerek Halkla İlişkiler ve Reklamcılık etkinliğine ilişkin uluslararası ve yerel hukuk düzenlemelerini, gerekse bu alanlardaki daha kapsamlı etik sorunları öğretmektir. Bu iki meslekle ilgili çeşitli mesleki etik kodları içeren düzenlemeler incelenecek ve ders genel olarak öğrencinin etik akıl yürütme becerisini geliştirmeye yönelik örnek durumlar üzerinde yoğunlaşacaktır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: HİR'da Hukuk ve Etik</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: meslek, yasa, sorumluluk</i></p>
9.	<p>PRAD401 Reklamcılık ve Toplum</p> <p>Bu ders reklam iletileri ve reklamcılık sistemi ile daha kapsamlı toplumsal ve kültürel sistemler arasındaki çeşitli etkileşim biçimlerini incelemektedir. Öğrenciler bu dersin kapsamında reklamın toplumsal rolünün yanı sıra siyasal, ekonomik ve kültürel güçlerin bir ifadesi olarak tarihsel gelişimini ve bu güçleri etkilemesi bakımından reklamın kendi konumunu soruşturmaktadır. Küreselleşme karşıtı akımlar ya da alternatif küreselleşme hareketleri açısından hem bir hedef hem bir kaynak olarak reklamın merkezi konumu çözümlenmekte ve öğrenciler kendi entellektüel yaklaşımları çerçevesinde konuyla ilgili savlarını ve akıl yürütme biçimlerini ortaya koymaya özendirilmektedir.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Reklamcılık ve Toplum</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: uluslar arası ticaret, etki</i></p>
10.	<p>PRAD403 Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Yeni İletişim Teknolojileri</p> <p>Bu dersin amacı öğrencileri Halkla İlişkiler ve Reklam kampanyalarında amaca ulaşmak, mesajları düzgün ve etkili olarak aktarmak ve müşteriyle ilişkilerini geliştirmek üzere, yeni iletişim teknolojilerinin en son kullanılış biçimleriyle tanıştırmaktır. Güncel internet teknolojilerine ve bunların pazarlama iletişimi stratejilerinin gelişimindeki yerine ağırlık verilmeyle birlikte ders, telsiz teknolojilerini, bilgisayar oyunu ortamlarını ve etkileşimli eğlenceyi de kapsayacaktır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: HİR'de Yeni İletişim Tek</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: medya özellikleri, interaktif</i></p>
11.	<p>PRAD402 Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Sunum Becerileri</p>

	<p>Bu ders kişilerarası iletişim becerileri yaklaşımını kullanarak öğrencileri çoğu kez ürkülen bir şey olan "büyük müşterilere (ya da paydaşlara) büyük fikirler" sunma becerisi kazandırmaktır. Ses ayarlama, yakınlık kurma, görsel işitsel araçlar kullanma gibi pratik becerileri geliştirmenin yanı sıra ders, savları özlü biçimde dile getirme ve ikna edici olabilmeye ilgili becerilerin kazanılmasını da kapsamaktadır. Öğrencilerin edindikleri bu bilgi ve becerilerle çeşitli sunumlar, basın toplantıları ve tartışmalar gerçekleştirmeleri beklenmektedir.</p> <p><i>Kredi: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: HİR Sunum Becerileri</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: retorik, etkili</i></p>
12.	<p>PRAD404 Bitirme Projesi</p> <p>Öğrenciler bu proje dersi kapsamında, bir eğitmenin kılavuzluğunda çalışarak öğrenimleri boyunca edindikleri bilgileri özümsemek ve yeteneklerini hayata geçirmek üzere bir halkla ilişkiler ya da reklamcılık projesini planlamayı, hazırlamayı ve üretmeyi öğrenecektir. Eğitmen, ders ve laboratuvar çalışmaları aracılığıyla, bu süreçten geçen öğrencilerin yaşadığı ortak sorunlara odaklanacak ve her uzmanlık alanını ayırt eden stratejik planlama ve yaratıcı çalışmaya ilişkin ayrıntıları vurgulayacaktır.</p> <p><i>Kredi: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Halkla İlişkiler ya da Reklam Kampanya Tasarımı Seçimliği</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Biirme Projesi</i> <i>Kategorisi: Alan Ana Dersi</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: kampanya, uygulama</i></p>
Ders Tanımları – I – Türkçe: Programı sunan Bölüm tarafından verilen seçmeli dersler	
1.	<p>PRAD312 Reklam Stratejisi</p> <p>Bu ders, bir reklam ajansının "durum" saptaması yaparak, hedeflerini belirledikten sonraki süreçleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla dersin konularını konum saptama, amaçların ve hedef kitlelerin, başlıca yararların ve ikincil yararların belirlenmesi, en etkili medya seçiminin yapılması gibi başlıklar oluşturmaktadır. Ders çerçevesinde geliştirilecek kampanya stratejisi, yaratım ve medya planlaması alanlarında ileride gerçekleştirilecek daha ayrıntılı çalışmaların temelini oluşturacaktır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Reklam Stratejisi</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: taktiksel kararlar, uygulama</i></p>
2.	<p>PRAD314 Reklamcılıkta Görsel Tasarım</p> <p>Bu ders öğrencilere reklam amaçlı görsel tasarımın temel kural ve tekniklerini tanıtmaktadır. Öğrencilere, bilgisayar kullanımının ötesinde, renk kullanımı, kompozisyon ve çizgi gibi temel tasarım öğelerinin yanı sıra bu temel öğelerin basılı reklamların düzenlenmesinde nasıl etkin olarak kullanılacağı öğretilmektedir. Derste ayrıca resim ve metin ile logo ve tipografi kullanımı arasındaki tasarımsal ilişki de ele alınmaktadır.</p> <p><i>Kredi: (1 / 4 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Reklamcılıkta Görsel Tasarım</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: yaratıcı, etkili, ileti</i></p>
3.	<p>PRAD316 Medya Planlaması</p> <p>Bu derste öğrencilere medya planlaması ve medya stratejisi alanı tanıtilerek, alanı gerek niceliksel gerek niteliksel bakış açısından kavramaları özendirilmektedir. Öğrenciler medya planlaması sürecinin medya betimlemesi, medya seçimi, araç seçimi, zamanlama önerileri, medya alımı gibi geleneksel aşamalarını öğrenme fırsatı elde edeceklerdir.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Med Planlaması</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: uygun yönlendirme, etkili</i></p>
4.	<p>PRAD413 Reklam Metni Yazarlığı</p> <p>Reklamı yapılan ürünün satın alınması için ikna edici metinlerin oluşturulmasına odaklanan bu derste, ürünün özellikleriyle yararlarının açık ve belirgin biçimde nasıl dile getirilmesi gerektiği konusu üzerinde durulmaktadır. Bir reklam metninin ilgi çekmek, sayfa düzeni yoluyla okuru yönlendirmek ve cezbetmek, ürünü satın alma heves ve kararı yaratmak için başvurduğu yolların tümü, son 60 yılda oluşturulan başarılı reklam metinleri çözümlenerek incelenmektedir. Uygulama ağırlıklı olan bu derste öğrencilerden kendi reklam metinlerini oluşturmaları, sonra da bu metinleri sınıf ortamında tartışıp, değerlendirmeleri beklenmektedir.</p> <p><i>Kredi: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Reklam Metni Yazarlığı</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: yaratıcı, konuşma sanatı</i></p>
5.	<p>PRAD415 Reklam Kampanyası Tasarımı</p> <p>Belirli ek danışma saatleriyle desteklenen bu atölye dersi, öğrencileri doğrudan doğruya kampanya tasarımı sürecine sokmak üzere tasarlanmıştır. Öğrenciler atölye çalışmaları süresince gerek bireysel gerek ortaklaşa çalışmaya dayalı senaryoları deneyerek bir dizi kurmaca kampanya ortamını deneyimleyeceklerdir. Ders, reklamcılık sisteminin yaratma ve planlama/strateji kanatlarını birleştirmeyi ve öğrencileri alandaki ticari çalışmaların gerçeklerine alıştırmayı amaçlamaktadır.</p> <p><i>Kredi: (1 / 4 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Reklam Kampanyası Tasarımı</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: ikna, plan</i></p>
6.	<p>PRAD412 Yaratıcı Reklamcılık</p>

	<p>Bu ders reklam profesyonellerinin satışta başarılı yaratıcı fikirler üretmede kullandıkları temel teknikleri tanıtmayı amaçlamaktadır. Ders çerçevesinde tek ve grup halinde gerçekleştirilen beyin fırtınası ile öğrencilerin yaratıcılıkları geliştirilmeye çalışıldığı gibi, günümüz reklam dünyasının denenmiş ve sınanmış yaratıcılık stratejilerinden örnekler de incelenecektir. Dersin temel amaçlarından biri öğrencileri yaratıcılık sürecinde duydukları korkudan kurtarmaktır.</p> <p><i>Kredi: (2 / 2 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Yaratıcı Reklamcılık</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: dikkat çekici, uygulama</i></p>
7.	<p>PRAD414 Reklamcılık İçin Tüketici Davranışı</p> <p>Birçok bakımdan, etkili bir reklam stratejisi ortaya koymanın ilk adımı hedef kitleye ilişkin derin ve etkin bilgi sahibi olmaktır. Tüketici davranışının (ve 'satın alma davranışının') incelenmesi bu bilgiye ulaşmanın ana aracıdır. Bu ders kapsamında öğrenciler güncel tüketici davranışı modelleriyle tanışmakta ve tepki hiyerarşisi modellerini, kara kutu modellerini, kişisel değişken modellerini ve bilişçi okulların karmaşık modellerini öğrenmektedir. Sürekli bu modellerin uygulamaları üzerinde yoğunlaştığı için çeşitli örnek durumlar incelenmektedir.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Rek için Tüketici Davranışı</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: model, satın alma</i></p>
8.	<p>PRAD416 Reklamcılık Kuramında Güncel Sorunlar</p> <p>Bu ders öğrencilere reklamda en son yönelimleri ve konuları inceleme fırsatı sunmaktadır, dolayısıyla sabit bir içeriği yoktur. Ders kapsamındaki güncel konular şunlar olabilir: <i>Madison-Vine</i> yöneliminin ortaya çıkışı, izne dayanan pazarlamanın reklama etkisi, (video oyunu taslamaları gibi) sanal alanların reklam mesajlarının aktarımında kullanımı ve viral pazarlama kuramlarının gelişmesi (ya da gelişmemesi). Dersin yapısı gereği kullanılacak gerçek reklam dergilerinde en son yayınlanmış makalelerden oluşacaktır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Rek Kuramında Gün Sor</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: günümüz, interaktif medya</i></p>
9.	<p>PRAD323 Etkinlik Yönetimi</p> <p>Bu ders öğrencilere, bir etkinliği düşünce olarak doğuşundan olgunlaşmasına kadar geçirdiği aşamalar boyunca planlayabilmesi ve stratejik yönetim yoluyla başarılı bir şekilde yönetilmesi için gereken becerileri aktarmayı amaçlamaktadır. Dersin sonunda öğrenciler hem etkinliklerin ekonominin farklı sektörlerindeki önemini kavramış olacaklardır, hem de çağdaş örgütsel ortamlarda farklı etkinlikleri yönetmek için gerekli pratik becerileri edinmiş olacaklardır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Etkinlik Yönetimi</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: güncel, ileti, organizasyon</i></p>
10.	<p>PRAD324 Saygınlık Yönetimi</p> <p>Bu derste öğrenciler, saygınlık ve tanınmanın kuruluşlar açısından başlıca değerler olduğunu öğreneceklerdir. Kuruluşlar, müşterileri karşısında sorumluluk duygusuyla davranmak ve içinde yer aldıkları topluluklara sıkı sıkıya bağlı olarak çalışmak durumundadır. Ayrıca kendilerini kamuoyundaki görüntülerini olumsuz yönde etkileyebilecek beklenmedik olaylara karşı hazırlarken, örgütleri içindeki sorunların büyüyerek geleceklere için tehdit oluşturabilecek büyük krizlere dönüşmesini önleyecek planlar da yapmak zorundadır. Öğrenciler bu ders süresince ileride çalışmaları sözkonusu olan kuruluşların, medya ve toplumla ilişkilerinin nasıl geliştirileceği, kriz iletişiminin ve yönetiminin nasıl yapılacağı ve kurumlarının müşterilerin gözünde ortak yarara katkıda bulunan örgütler olarak nasıl seçkin bir yere sahip olabilecekleri gibi konular işleyeceklerdir.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Saygınlık Yönetimi</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: şöhret, kriz, bilgilendirme</i></p>
11.	<p>PRAD326 Halkla İlişkiler İçin Metin Yazarlığı</p> <p>Bu derste öğrenciler müşteri ilgilerine hitap edecek etkili sunumlar yazmak, yayın yönetmenlerinin ilgisini çekecek basın bültenleri hazırlamak ve müşteri ilişkilerinde süreçleri çeşitli paydaşlara açık bir şekilde anlatmak üzerinde yoğunlaşırlar. Dersin amaçları açıklık, yalınlık ve çabukluğu örnekleyen İngilizce metinlerin üretilmesi üzerinde toplanmıştır. Öğrenciler aynı zamanda şirket raporları, basın bültenleri ve DAÜ'nün misyon açıklaması gibi güncel halkla ilişkiler metinlerini çözümleyerek Halkla İlişkiler sektöründeki yerleşik kullanımı öğrenecek ve bunların altında yatan güdü ve stratejileri eleştireceklerdir.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Hİ için Metin Yazarlığı</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: hedef kitle, ileti</i></p>
12.	<p>PRAD423 Hükümet Dışı Örgütler İçin Halkla İlişkiler</p> <p>Bu ders hükümet dışı örgütlerin (HDÖ) halkla ilişkiler gereksinimlerini incelemek için tasarlanmış olup, öğrencilerin önemi artmakta olan HDÖ ya da kar amacı gütmeyen örgütler için halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütebilecek beceriler geliştirmelerini sağlayacaktır. Ders çerçevesinde, üyelik üzerine kurulu örgütlerle sınırlı kalınarak, eğitim kurumları, sağlık kuruluşları, topluluk örgütleri, hükümet dışı çevre örgütleri ve onların halkla ilişkiler faaliyetleri üzerinde de durulacaktır. Derste ayrıca, halkla ilişkiler ilkelerinin kar amacı gütmeyen sektör için incelenmesi ve uyarlanması, süregelen küreselleşme eğilimleri ve iletişim teknolojilerinin dünyadaki gelişimi bağlamında ele alınacaktır.</p> <p><i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Intro to Pr & PR Writing</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: Hük Dışı Örgütler için Hİ</i> <i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i></p>

	Anahtar Kelimeler: duyarlılık, çağrışımlar		
13.	PRAD425 Halkla İlişkiler Kampanyası Tasarımı		
	Belirli öğretim saatleriyle desteklenen bu atölye dersi öğrencileri doğrudan doğruya kampanya tasarımı sürecine sokmak üzere tasarlanmıştır. Öğrenciler projelerini gerçekleştirirken gerek bireysel gerek ortaklaşa çalışmaya dayalı senaryoları deneyerek bir dizi kurmaca kampanya ortamını yaşayacaklardır. Ders halkla ilişkiler sisteminin yaratma ve planlama/strateji kanatlarını birleştirmeyi ve öğrencileri alandaki ticari çalışmaların gerçeklerine alıştırmayı amaçlamaktadır.		
	<i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i>	<i>Önkoşul: Yok</i>	<i>Yankoşul: Yok</i>
	<i>Dersin Kısa Adı: Hİ Kampanyası Tasarımı</i>	<i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i>	<i>Eğitim Dili: İngilizce</i>
	<i>Anahtar Kelimeler: basın, simülasyon</i>		
14.	PRAD422 Pazarlama İçin Halkla İlişkiler		
	Bu ders gelişen Pazarlama Halkla İlişkileri alanı içinde halkla ilişkiler taktiklerinin öngörülen müşterilerin ürünleri ya da hizmetleri almaya ikna edilmesini sağlamak üzere geleneksel reklam yöntemleriyle birlikte ya da onların yerine kullanılması üzerine yoğunlaşmıştır. Öğrencilerden Pazarlama Halkla İlişkilerinin temel tekniklerini tanımaları beklenmez. Ayrıca, Pazarlama Halkla İlişkilerinin daha kapsamlı olan Bütünleşik Pazarlama İletişimi planlaması içindeki yerini incelenecek ve dersi alanlardan küçük gruplar oluşturarak bir Pazarlama Halkla İlişkileri kampanyası tasarımını üstlenmeleri istenmektedir.		
	<i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i>	<i>Önkoşul: Yok</i>	<i>Yankoşul: Yok</i>
	<i>Dersin Kısa Adı: Pazarlama için Hİ</i>	<i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i>	<i>Eğitim Dili: İngilizce</i>
	<i>Anahtar Kelimeler: etkili, strateji</i>		
15.	PRAD424 Halkla İlişkilerde Güncel Sorunlar		
	Bu derste öğrenciler konuya ilişkin önemli güncel akademik ve mesleki çalışmaları izleyerek halkla ilişkiler alanındaki en son yönelimleri inceleyecektir. Dersin mantığı gereği değişmez bir içerik saptanamamakla birlikte, tartışılabilir konular arasında habercilik medyasına ve halkla ilişkilerin basındaki yerine ilişkin inanılabilirlik ve güvenilirlik sorunları, reklamcılık iletişimi modelleri ile halkla ilişkiler iletişimi modelleri arasındaki ilişki, 'başkanlık incelemeleri' ve siyasal halkla ilişkiler süreci, yeni retorik kuramları ve siyasal kriz yönetiminde kullanımları gibi konular yer alabilir.		
	<i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i>	<i>Önkoşul: Yok</i>	<i>Yankoşul: Yok</i>
	<i>Dersin Kısa Adı: Hİ'de Güncel Sorunlar</i>	<i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i>	<i>Eğitim Dili: İngilizce</i>
	<i>Anahtar Kelimeler: günümüz, kuramlar</i>		
16.	PRAD426 Kriz Yönetimi		
	Bu derste günümüzde giderek önem kazanan bir konu olarak, örgütlerde kriz yönetimi sorunu ele alınmaktadır. Ders kapsamında (şirketler dünyasındaki olayların medyada daha çok yer alması, şirketlerin toplumsal sorumluluk taşımaları gerektiğine ilişkin inancın güçlenmesi ve müşteri seçiciliğinin artmasıyla birlikte), bu tür kurumlar için faaliyetlerini etkileyen kriz durumlarına dikkatle ve hızla müdahale etmenin nasıl önemli bir alan haline geldiğini anlatılacaktır. Krizin üstesinden gelme stratejileri, krize verilecek ilk tepkiler ve kriz sırasında sorumluluk üstlenme/üstlenmeme biçimleri ve bunlarla ilgili karar süreçleri, krizin ve örgütün tutumunun nasıl planlanıp yürütüleceği gibi konular tartışılacaktır.		
	<i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i>	<i>Önkoşul: Yok</i>	<i>Yankoşul: Yok</i>
	<i>Dersin Kısa Adı: Kriz Yönetimi</i>	<i>Kategorisi: Alan Seçmeli Ders</i>	<i>Eğitim Dili: İngilizce</i>
	<i>Anahtar Kelimeler: sorun, çözüm, imaj</i>		

Course Descriptions – II - Turkish : All compulsory courses offered by other academic units			
Ders Tanımları – II – Türkçe : Diğer akademik birimler tarafından verilen tüm temel dersler			
1.	COMM101 İletişim Çalışmalarına Giriş		
	İletişim Çalışmalarına Giriş dersinin amacı, öğrencilerin iletişim alanıyla tanıştırılmasıdır. Bu ders çerçevesinde öğrencilere, kişiler ve kültürler-arası iletişimi, kitle iletişimi ve bilgisayar dolaylı iletişimi anlayıp, çözümleyebilmelerini sağlayacak eleştirel bilgi ve becerilerin yanı sıra, iletişim alanının veri olarak kabul edilen kavramlarını tartışmaya açabilecekleri donanımın kazandırılması hedeflenmektedir. Dersin bir diğer hedefi de, bir yandan iletişim alanında dil, söylem ve temsil sorunlarından telekomünikasyon kurumlaşmalarına değin çeşitli kuramsal ve uygulamaya dönük tartışmalar verilerek, diğer yandan mesajları toplumsal, siyasal ve tarihsel bağlamları içerisinde kavrayabilmelerini sağlayacak beceri kazandırılarak öğrencilerin iletişim eylemlerinde etik bir sorumluluk anlayışını geliştirmelerini sağlamaktır.		
	<i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i>	<i>Önkoşul: Yok</i>	<i>Yankoşul: Yok</i>
	<i>Dersin Kısa Adı: İlet Çalışmalarına Giriş</i>	<i>Kategorisi: Zorunlu Fakülte Dersi</i>	<i>Eğitim Dili: İngilizce</i>
	<i>Anahtar Kelimeler: radio, televizyon, gazete,etik</i>		
	<i>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</i>		
2.	COMM103 Medya Okuryazarlığı		
	Bu ders öğrencilerin medyaya ilişkin eleştirel bir bakış ve değerlendirme kapasitelerini arttırmaya yönelik geniş bir çerçeve sunmaktadır. Derste çizecek perspektif hem "bilgilenmiş yurttaş" kavrayışının gelişmesi için, hem de medyada, iletişim sanatlarında kendini ifade etme yolları arayışları için gereklidir. Öğrenciler bu derste, medya okuryazarlığı ve demokrasiler için önemi, medya sahipliği ve kontrolü, medya ile ilgili düzenlemeler ve politika oluşturma, üretim ve dağıtım, göstergelerin inşası ve yorumlanması, iktidar, toplumsal cinsiyet ve medya, çocuklar ve reklamlar, sansür, ırkçılık ve tektipleştirme gibi konuları içeren geniş bir alan içinde düşünme imkanı bulacaklardır. Ders, öğrencilerin medyadaki formları ve içeriği daha incelikli değerlendireme kapasitelerini geliştirmelerine, medya eleştirisine dair bir dil oluşturmalarına ve sosyal geçekliği anlamlandırmamızda medyanın oynadığı rolü görmelerine yardımcı olacaktır.		

	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: Medya Okuryazarlığı</p> <p>Anahtar Kelimeler: eleştiri, eğitim, pedagoji, yurttaş</p> <p>Dersi veren Bölüm İletişim Fakültesi:</p>	<p>Önkoşul: Yok</p> <p>Kategori: Fakülte AnaDersi</p>	<p>Yankoşul: Yok</p> <p>Eğitim Dili: İngilizce</p>	
3.	<p>COMM205 Kitle İletişim Kuramları</p> <p>Bu ders, kitle iletişimine dair tarihsel ve çağdaş kuramlara genel bir bakış sunar. Dersin amacı, farklı kuramsal geleneklerin iletişim süreçleriyle ilgili soruların niteliğini ve bu sorularla ilişkili olarak üretilen bilgiyi nasıl etkilediğini, ayrıca bunun, medya ve toplum arasındaki ilişkiyi algılama biçimimizi nasıl belirlediğini tartışmaktır.</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: Kitle İletişim Kuramları</p> <p>Anahtar Kelimeler: basın, kültür, sosyal yaklaşımlar</p> <p>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</p>	<p>Önkoşul: Yok</p> <p>Kategori: Fakülte Ana Dersi</p>	<p>Yankoşul: Yok</p> <p>Eğitim Dili: İngilizce</p>
4.	<p>COMM301 Kültürel Çalışmalar</p> <p>Kültürün her zaman iletişim aracılığıyla yapıldığına dikkati çeken bu ders, kültürel çalışmaları, iletişime eleştirel, disiplinler üstü ve uluslararası bir yaklaşım olarak sunmaktadır. Bu ders çerçevesinde "kültür", dar anlamda estetik üstünlüğü olan "yüksek sanat" nesnelere ifade edecek şekilde değil, bu tür ayrımların kurulduğu ve sorgulandığı gündelik yaşamın metinleri ve pratikleri anlamında kullanılmaktadır. Dersin vurgusu kültürün (1) nasıl küresel iletişim ağı ve akışları tarafından giderek daha fazla birbirine bağlanıp ve farklılaştığı, (2) kültür endüstrisinin sunduğu film, televizyon, müzik, basım, reklam, mimari gibi metinlerin onları kullanan insanlar tarafından nasıl bir metin olarak oluşturulduğu ve tüketildiği (3) bu özgül yapımların/kültürel metin örneklerinin nereye kadar hakim dünya anlayışını desteklediği ya da altüst ettiğinin incelenmesi üzerinedir.</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: Kültürel Çalışmalar</p> <p>Anahtar Kelimeler: toplum, kişiler, ileti, güncel yaşam</p> <p>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</p>	<p>Önkoşul: Yok</p> <p>Kategori: Fakülte Ana Ders</p>	<p>Yankoşul: Yok</p> <p>Eğitim Dili: İngilizce</p>
5.	<p>COMM404 Yeni İletişim Paradigmaları</p> <p>Bu ders iletişim ve medya hakkında alışageldiğimiz kimi kavrayışların yetersizliğini ortaya sererken, bir yandan da kuramsal olarak daha gelişkin ve pratik daha geçerli anlama çerçeveleri sunan yeni ve önemli kuramları incelemektedir. Öğrenciler Postyapısalcı, Postmodern, Postkolonyal kuramlar ile toplumsal cinsiyet, etniklik ve queer perspektifleriyle tanıştıracak, ayrıca çağdaş etik kuramlar tartışmaya açılarak bunların " ben ve öteki", toplumsal cinsiyetler, uluslar-arası ve küresel ilişkilerle iletişime yaklaşım biçimleri sorgulanacaktır. İnternet ve Küresel Ağ'ın (www) oluşumunda gözlenmiş olan çağdaş eleştirel kuram ve teknoloji buluşması ile, İnternet'in demokratik potansiyeli sorusu da derste tartışılacak konular arasındadır.</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: Yeni İletişim Paradigmaları</p> <p>Anahtar Kelimeler: ileti, güncel kuramlar</p> <p>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</p>	<p>Önkoşul: Yok</p> <p>Kategori: Fakülte Ana Ders</p>	<p>Yankoşul: Yok</p> <p>Eğitim Dili: İngilizce</p>
6.	<p>GEED111 General Survey of Knowledge-I</p> <p>Ders içeriği...</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</p> <p>Dersi veren Bölüm: GE</p>	<p>Önkoşul: XXXXXX / Yok</p> <p>Kategori: XXXXXXXXXXX</p>	<p>Yankoşul: XXXXXX / Yok</p> <p>Dersin Eğitim Dili: XXXXXX</p>
7.	<p>GEED112 General Survey of Knowledge-II</p> <p>Ders içeriği...</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</p> <p>Dersi veren Bölüm: GE</p>	<p>Önkoşul: XXXXXX / Yok</p> <p>Kategori: XXXXXXXXXXX Dersi</p>	<p>Yankoşul: XXXXXX / Yok</p> <p>Eğitim Dili: XXXXXX</p>
8.	<p>ENGL191 Communication in English-I</p> <p>Ders içeriği...</p>	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</p> <p>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</p> <p>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXXXXXX</p>	<p>Önkoşul: Yok</p> <p>Kategori: Zorunlu Üniversite Dersi</p>	<p>Yankoşul: Yok</p> <p>Eğitim Dili: İngilizce</p>
9.	<p>ENGL192 Communication in English-II</p> <p>Ders içeriği...</p>			

	<p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3 Önkoşul: XXXXXX / Yok Yankoşul: XXXXXX / Yok Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: İngilizce Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXXXXXX</p>
10.	<p>TURK100/TURK199 Communication in Turkish Ders içeriği...</p> <p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3 Önkoşul: XXXXXX / Yok Yankoşul: XXXXXX / Yok Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: Türkçe Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXXXXXX</p>
11.	<p>MATH169 Halkla İlişkiler İçin Matematik</p> <p>Matematiksel mantık. Temel matematiksel kavramların hatırlanması. Kümeler. Reel sayılar ve özellikleri, reel sayılarla işlemler, oran orantı ve yüzdeler hesapları, üstel sayılar. Sayılarla cebrik işlemler, faktöriyel kavramı, elemanların toplamı. Lineer ve kuvadratik denklemler. Kare koordinat sistemi. Lineer ve kuvadratik fonksiyonlar, grafikleri, uygulamalar. Bazı temel geometrik şekiller. Basit geometrik şekillerin alan ve hacim hesapları.</p> <p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3 Önkoşul: Yok Yankoşul: Yok Dersin Kısa Adı: Hİ için Matematik Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: İngilizce Anahtar Kelimeler: , reel sayı, cebirsel ifadeler, eşitlikler, fonksiyonlar, grafikler, geometrik şekiller Dersi veren Bölüm: Matematik ve Bilgisayar Bilimleri</p>
12.	<p>MATH233 İletişimciler için İstatistik</p> <p>Bu ders istatistiksel bilginin kullanılması ve yorumlanmasına giriş niteliği taşımaktadır. Örnekler verilirken (özellikle de sosyoloji, tüketici psikolojisi, izleyici ölçümleri gibi) sosyal bilimler alanından seçilen örneklerden yararlanılacaktır. Kapsanacak konular şunlardır; Popülasyon ve örneklem kavramları. Veri toplama, örnekleme teknikleri. Rastlantısal, sistematik, katmansal, kümeleme, kota yöntemleri. Anket Tasarımı. Veri analizi, grafiksel metodlar ve veri gruplandırması, istatistiksel metodlar. Merkezil eğilim ölçüm araçları; ortalama değer, medyan ve mod. Değişkenlik ölçüleri; varyans, standart sapma. Olasılık dağılımları kavramı, Binom, Normal ve T dağılımları. Örneklem dağılımlarına giriş. Hipotez testi, I ve II tür hatalar, tek ve çift kuyruklu testler. Derste tüm uygulamalar SPSS kullanılarak yapılacaktır.</p> <p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3 Önkoşul: Yok Yankoşul: Yok Dersin Kısa Adı: İletişim. İçin İstatistik Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: İngilizce Anahtar Kelimeler: popülasyon, örneklem, veri, anket, merkezil eğilim, varyasyon, dağılım, hipotez testi. Dersi veren Bölüm: Matematik ve Bilgisayar Bilimleri</p>
13.	<p>ECON222 Ekonomiye Giriş</p> <p>Temel mikroekonomi; Ekonomik problemler; Arz ve talep; Esneklik; Tüketici ve firma davranışlarının marjinal analizleri; Kar maksimizasyonu teorisi; Piyasa analizi; Rekabete dayalı olan bve rekabete dayalı olmayan piyasalarda fiyatlandırma.</p> <p>Kredi: (3 / 0 / 1) 3 Önkoşul: Yok Yankoşul: Yok Dersin Kısa Adı: Ekonomiye Giriş Kategorisi: : FC Dersi Eğitim Dili: İngilizce Anahtar Kelimeler: Mikroekonomi, talep, arz, denge, fayda, azalan marjinal fayda, üretim, maliyet, rekabet, monopol, oligopol, faktör piyasaları. Dersi veren Bölüm: Ekonomi Bölümü</p>
14.	<p>MRKT201 Pazarlamaya Giriş</p> <p>Bu ders şu konuları kapsayacaktır: Eşya ve hizmetlerin değişimini etkileyen prensipler, kavramlar ve kurumlar. Pazarların analizi, pazarlamanın çevreyle ilişkileri, ve pazarlama değişkenlerinin, ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım. Pazarlama karmasının oluşumu. Pazarlama stratejilerine ve uluslararası pazarlamaya giriş. Hedef Pazar seçimi. Etik konuları. Tüketici davranışı. Pazar bölümlendirmesi. Ürün gelişimi ve politikaları, yöntemleri ve uygulamaları. Dağıtım kararları. Pazarlama iletişimi. Pazarlama araştırması. Pazarlamada yeni, modern yaklaşımlar.</p> <p>Kredi: (3 / 0 / 0) 3 Önkoşul: Yok Yankoşul: Yok Dersin Kısa Adı: Pazarlamaya Giriş Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: İngilizce Anahtar Kelimeler: Pazar bölümlendirmesi, tüketici davranışları, dağıtım kanalları</p> <p>Dersi veren Bölüm: BA</p>
15.	<p>GEED101 SPIKE-I (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim) Ders içeriği...</p> <p>Kredi: (0 / 0 / 0) 0 Önkoşul: Yok Yankoşul: Yok Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi Eğitim Dili: XXXXX Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXXXXXX</p>
16.	<p>GEED102 SPIKE-II (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim)</p>

	Ders içeriği... <i>Kredi: (0 / 0 / 0) 0</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi</i> <i>Eğitim Dili: XXXXX</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXX</i>
17.	GEED201 SPIKE-III (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim) Ders içeriği... <i>Kredi: (0 / 0 / 0) 0</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi</i> <i>Eğitim Dili: XXXXX</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXX</i>
18.	GEED202 SPIKE-IV (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim) Ders içeriği... <i>Kredi: (0 / 0 / 0) 0</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi</i> <i>Eğitim Dili: XXXXX</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXX</i>
19.	GEED301 SPIKE-V (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim) Ders içeriği... <i>Kredi: (0 / 0 / 0) 0</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi</i> <i>Eğitim Dili: XXXXX</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXX</i>
20.	GEED302 SPIKE-VI (Sosyokült. Profesyonelö Endüstr. Bilgi & Deneyim) Ders içeriği... <i>Kredi: (0 / 0 / 0) 0</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</i> <i>Kategorisi: Zorunlu Üniversite Dersi</i> <i>Eğitim Dili: XXXXX</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXX, XXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: XXXXXXXX XXXXXXXX</i>
21.	COMM122 İletişim Sosyolojisi Sosyoloji, sosyal bilimler içinde kültür ve toplumla ilgili modern entelektüel tartışmalarda anahtar bir rol oynamaktadır. Sosyoloji, tarihsel dönüşümlerin haritasını çıkarmakta ve çağdaş toplumsal gelişmeleri anlamada yöntemler sunmaktadır. Dersin temel amacı, sosyoloji hakkında hem kuram hem de pratik bağlamında genel bir bakış açısı kazandırmak ve öğrencilerin hem kendi toplumlarının hem de başka toplumların sosyal yapılarını ve kültürlerini daha iyi anlamalarını sağlamaktır. Derste ayrıca toplum kuramındaki iletişim ve medyanın toplumsal ve kültürel boyutlarıyla ilişkili kavramsal ve kuramsal inşalar da tartışılacaktır. Ele alınacak konu başlıkları şunlardır: iletişim ve toplum; ideoloji ve medya; toplumsal cinsiyet ve medya; suç ve medya; medya ve etnisite; iletişim teknolojisi ve toplumsal değişim; küreselleşme. <i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: İletişim Sosyolojisi</i> <i>Kategorisi: UC-SB</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler: XXXXXXXX</i> <i>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</i>
22.	COMM135 Halkla İlişkiler ve Reklamcılık için Sosyal Psikoloji Bu ders birey ve toplum arasındaki ilişkilerle bireyin toplumsal bir varlık haline geliş süreçlerini inceler. Başka biçimde söylenirse, insani özelliklerle toplumsal ilişkiler arasındaki etkileşimlerle ilgilenir. Derste ele alınacak konular şunlardır: toplumsallaşma; birincil toplumsallaşma; ikincil toplumsallaşma; toplumsallaşma aktörleri; sosyal psikolojiye karşı sosyobiyojoloji; cinsel, ırksal, etnik farklılıklar; özel ve kamusal; kişisel ve siyasal; kişilerarası iletişim; simgesel etkileşim; ben-öteki ilişkileri; üniversite, tıp, hapishane gibi kurumlar aracılığıyla bireyleşme. Dersi alan öğrencilerin benlik haline geliş ile kişinin kendini ötekilerle nasıl ilişkilendirdiği konularında daha iyi bir anlayışa sahip olmaları beklenir. <i>Kredi: (3 / 0 / 0) 3</i> <i>Önkoşul: Yok</i> <i>Yankoşul: Yok</i> <i>Dersin Kısa Adı: HİR için Sosyal Psikoloji</i> <i>Kategorisi: UC-SB</i> <i>Eğitim Dili: İngilizce</i> <i>Anahtar Kelimeler:</i> <i>Dersi veren Bölüm: İletişim Fakültesi</i>
23.	RTVF251 Televizyon Yapımına Giriş Bu ders televizyonda yapıma ilişkin temel bilgileri içerir; dersin amacı öğrencileri, stüdyoların, kontrol ve kurgu odasının, ses stüdyolarının, dijital video teçhizatının, stüdyo ışıklandırmasının, mikrofonların, kurgu ve ses teçhizatı gibi, televizyon yapımında olmazsa olmaz olan araçların kullanımına ilişkin temel bilgilerle tanıştırmaktır. Televizyon ekranının üç boyutlu alanının organize edilmesi, ışığın önemi ve ışık ekipmanının kalitesi, kamera hareketinin dili ve video art kurgusunda önceden yapılan kavramsal hazırlığın önemi gibi konular bu dersin

estetik ilgilerini oluřturur. Bu ders, RTVF major dersler için önkoşul niteliğindedir.

Kredi: (3, 0) 3

Dersin Kısa Adı: Televizyon Yapımına Giriş

Anahtar Kelimeler: Görsel, yaratıcılık, kompozisyon

Dersi veren Bölüm: RTVF

nkořul: Yok

Kategorisi: Alan Ana Dersi

Yankoşul: Yok

Eğitim Dili: İngilizce